



BACHELORARBEIT

Frau
Linda May van Bui

**Erfolgsrezept einer Show – am
Beispiel der Unterhaltungs-
sendung „Meine Schlagerwelt
– die Party mit Ross Antony“**

2017

BACHELORARBEIT

Erfolgsrezept einer Show – am Beispiel der Unterhaltungs- sendung „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“

Autorin:
Frau Linda May van Bui

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM14wT3-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:
Uwe Süßbrich

Einreichung:
Mittweida, den 06. Juni 2017

BACHELOR THESIS

Recipe for the success of a show – at the example of the entertainment program „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“

author:

Ms. Linda May van Bui

course of studies:

Applied media

seminar group:

AM14wT3-B

first examiner:

Prof.Dr. Detlef Gwosc

second examiner:

Uwe Süßbrich

submission:

Mittweida, June the 6th, 2017

Bibliografische Angaben

Van Bui, Linda May

Erfolgsrezept einer Show – am Beispiel der Unterhaltungsshow „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“

Recipe for the success of a show – at the example of the entertainment program „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“

78 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

Die vorliegende Bachelorarbeit gibt einen Überblick über den Erfolg der Unterhaltungsshow „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony. Dabei wurde der komplette Verlauf, von Idee bis zur Umsetzung, analysiert. Dabei wurden mehrere Faktoren theoretisch erfasst und mit den praktischen Aspekten der Show verglichen, um herauszufinden welche für den langjährigen Erfolg beitragen. Mit Hilfe von Experteninterviews konnten interne Hintergrundinformationen erfasst werden.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
Vorwort	IX
1 Einleitung.....	1
1.1 Fragestellung und Inhalte der Arbeit	2
2 Die Sendung	3
2.1 Die Geschichte zu „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“	3
2.1.1 Ressourcen sparen	3
2.1.2 Die Idee	5
2.1.3 Die erste Sendung	7
2.2 Aufbau der Sendung heute	9
2.2.1 Weiterentwicklungen und Veränderungen im Laufe der letzten Jahre	9
3 Die Produktion der Sendung	11
3.1 Der Produktionsstab.....	11
3.2 Kalkulation und Finanzierung	18
4 Erfolgsfaktoren.....	21
4.1 Der Moderator – was macht einen guten Moderator aus?	21
4.2 Die Gäste und Künstler	24
4.2.1 Prominenz und ihre Funktion	25
4.3 Die Musik in der Show	26
4.3.1 Definition und historischer Rückblick des deutschen Schlagers.....	27
4.3.2 Der deutsche Schlager heute.....	28

4.4	Die Gesprächsinhalte	29
4.5	Das Marketing	31
5	Pressebeiträge und Zuschauermeinungen	36
5.1	Auswertung der Pressebeiträge	36
5.2	Auswertung der Zuschauermeinungen	41
6	Fazit und zukünftiger Ausblick.....	46
	Literaturverzeichnis	X
	Anlagen.....	XV
	Eigenständigkeitserklärung	XXXI

Abkürzungsverzeichnis

LED	engl. Light-emitting diode, Leuchtdiode
O-Ton	Originalton
PR	Public Relations (deutsch: Öffentlichkeitsarbeit)
z.B.	zum Beispiel
MDR	Mitteldeutscher Rundfunk
Bzw.	beziehungsweise

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:Regelung Anteile und Kosten	20
Abbildung 2: Ross Antony - Moderator	23
Abbildung 3: Das Schlagertrio KLUBBB3 - aktuell sehr erfolgreich.....	25
Abbildung 4: Roland Kaiser mit dem Moderator Dieter Thomas Heck	27
Abbildung 5: Die Schlager-Boygroup Feuerherz.....	29
Abbildung 6: Konzept Marketing	31
Abbildung 7: Marketing-Kreislauf.....	32
Abbildung 8: Meine-Schlagerwelt.de	35
Abbildung 9: Artikel aus der Dresdner Morgenpost vom 02.03.2017	36
Abbildung 10: Artikel von klatsch-tratsch.de vom 16.02.2017	38
Abbildung 11: Artikel von infosat.de vom 01.03.2017	39
Abbildung 12: Reaktionen auf einen Post vom 28.09.2016.....	42
Abbildung 13: Kommentare zum Facebook-Post vom 28.09.2016	43
Abbildung 14: Facebook-Post von Ross Antony vom 24.02.2017.....	44
Abbildung 15: Kommentare zum Post von Ross Antony vom 24.02.2017	45

Vorwort

Vor Ihnen liegt die Bachelorarbeit „Erfolgsrezept einer Show – am Beispiel der Unterhaltungsshow „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“. Diese habe ich als Abschlussarbeit meines Bachelorstudiums im Bereich angewandte Medien an der Hochschule Mittweida verfasst.

An dieser Stelle möchte ich besonders der Saxonia Entertainment GmbH für die Unterstützung meiner Arbeit danken. Durch das interessante Pflichtpraktikum und die Teilnahme an der Produktion „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ wurde ich erst inspiriert meine Bachelorarbeit zu diesem Thema anzufertigen. Ein großer Dank gilt vor allem der Geschäftsführerin Edda Kraft und meinem Zweitbetreuer, Produktionsleiter Uwe Süßbrich. Beide haben sich stets für mich Zeit genommen, um mit mir Inhalt und Aufbau meiner Arbeit zu besprechen. Zusätzlich bedanke ich mich bei Peter Ringleb, Redakteur der Sendung und Antje Pohle, zuständig für das Publikumsmarketing, für die Interviews und die damit verbundenen Hintergrundinformation und Materialstellung.

Ein weiterer Dank gebührt meinem Erstbetreuer Prof.Dr. Detlef Gwosc, der mir ebenfalls bei Fragen und Anliegen weiter geholfen und mit mir ausführlich nach einem passenden Thema gesucht hat.

Ohne die Unterstützung der genannten Personen, hätte diese Bachelorarbeit nicht entstehen können. Ich bedanke mich recht herzlich und hoffe, dass sie Freude beim Lesen haben.

Linda May van Bui,

Lucka, den 05.06.2017

1 Einleitung

„In den Studienablauf der Studiengänge Fakultät Medien können Praxis- und Forschungsmodule verbindlich eingeordnet werden. [...]

Jeder Student ist verpflichtet, sich nach besten Kräften und in Absprache mit der Hochschule, um einen geeigneten Praxisplatz zu bemühen.“¹

Der benötigte Praktikumsplatz, um diese Modulprüfung zu belegen, wurde der Verfasserin durch die Saxonia Entertainment GmbH am Standort Leipzig gewährleistet. Zwölf Wochen sind im Studienablauf für die Praxisphase vorgesehen.² Während dieser Zeit konnte die Studentin einen Einblick in alle Bereiche des Unternehmens erhalten, sowohl redaktionell als auch produktionstechnisch.

Neben Aufgaben für das Genre Infotainment durfte die Studentin auch bei den Aufzeichnungstagen für eine Musik-Show dabei sein. „Meine Schlagerwelt – Die Party mit Ross Antony“ war die erste Showproduktion bei der die Verfasserin dabei sein durfte.

Es war beeindruckend zu sehen, wie alle Gewerke ein Produkt auf die Beine stellten. Die Beleuchter, die Beschaller, die Aufnahmeleiter, die Künstlerbetreuer, der Redakteur, die Assistenzen, der Moderator und selbst das Catering haben, während den Produktionstagen, dazu beigetragen, dass die Aufzeichnung reibungslos verläuft.

Auch bei den Fans und Zuschauern kommen diese Aufzeichnungstage in Leipzig nicht zum ersten Mal gut an. Bereits das dritte Mal in Folge strömten im Februar 2017 über 600 Personen in den Eventpalast, um Ross Antony und seine Gäste zu bejubeln und deren Musik zu genießen. Zwei Aufzeichnungstage fanden statt, um insgesamt fünf Folgen für das ganze Jahr 2017 zu produzieren. Für die Studentin war dies eine unglaubliche Leistung und es beeindruckte sie sehr.

¹ HSMW, Ordnung Praxis-und Forschungsmodul, 01.03.2014

² Vgl. HSMW, Bachelor-Studienprogramm Angewandte Medien (deutsch und englisch)

1.1 Fragestellung und Inhalte der Arbeit

Auch die Sendungen aus dem Jahre 2015 und 2016 waren bereits ein voller Erfolg. Doch hinter den Kulissen muss ein Konzept stecken, welches dieses Format so gewinnbringend gestaltet. Es stellen sich folgende Fragen:

- Ist es allein der bekannte Moderator Ross Antony, der das Publikum mit seiner flippigen Art in den Bann zieht?
- Ist es das Musikgenre Schlager, das stets ein Versprechen für Erfolg darstellt?
- Oder sind es die Inhalte und Gesprächsrunden innerhalb der Sendung, die spannend und gleichzeitig unterhaltsam wirken?

Im Folgenden wird zunächst die Entstehung und Geschichte zur Sendung vorgestellt. Dies reicht in dem Fall von der ersten Idee bis hin zur Entwicklung der ersten Sendung. Unter diesem Punkt wird auch das Thema „Kostendruck vom Sender“ eine große Rolle spielen. Nachfolgend werden, anhand von fortführenden Konzepten, Weiterentwicklungen und Veränderungen aufgeführt, die erklären, wie die aktuelle Fassung aus dem Jahre 2017 entstanden ist. Der Fokus liegt hierbei auf dem inhaltlichen Ablauf und der Produktion der Show. Einen großen Teil der Arbeit nehmen auch die einzelnen Erfolgsfaktoren ein, wie z.B. der Moderator, die Künstler oder das Marketing der Sendung.

Diese wissenschaftliche Arbeit soll, mit Hilfe von empirischen Forschungsmethoden, alle Faktoren der Sendung „Meine Schlagerwelt – Die Party mit Ross Antony“ analysieren und zusammenfassen, welche dieser Faktoren von Bedeutung für den Erfolg der Unterhaltungsshow sind.

2 Die Sendung

Im folgenden Kapitel wird die Sendung im Überblick zusammengefasst und erklärt. Sowohl inhaltliche und redaktionelle, als auch produktionstechnische Fakten werden erläutert, um den Erfolg der Unterhaltungsshow genau zu analysieren. Um interne Informationen herauszufinden, wurde im Vorfeld mit dem Redakteur Peter Ringleb ein telefonisches Interview geführt. Auch mit dem Produktionsleiter der Show, Uwe Süßbrich, wurde ein persönliches Interview geführt, so dass auch produktionstechnische Fakten in die Arbeit einfließen können. Die aktuelle Situation, einschließlich Veränderungen, wird am Ende des Kapitels näher untersucht.

2.1 Die Geschichte zu „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“

Um das Thema dieser Arbeit besser nachvollziehen zu können, ist es von Vorteil zunächst die Anfänge, Hintergründe und Ursprünge der Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ zu beleuchten.

Eine besondere Rolle spielen hierbei Zeit und Kosten, deren Zusammenspiel im folgenden Unterpunkt näher erläutert wird.

2.1.1 Ressourcen sparen

„Deutsche Fernsehproduktionen leiden nach Ansicht der Schauspielerin Nina Kunzendorf unter Zeit- und Kostendruck.“³

Das Modell von Auftragsproduktionen besteht im Prinzip darin, dass die Fernsehsender die Herstellung bestimmter Sendungen oder Formate an eine externe Firma übergeben. Je nach Vertragsvereinbarungen übernimmt der Sender zumindest die Finanzierung der Produktion und gibt das Thema sowie grundsätzliche Inhalte vor.⁴ Dies äußert sich meistens so, dass dem externen Dienstleister ein gewisses Budget zur Verfügung gestellt wird, welches auf keinen Fall überschritten werden darf. In der Pra-

³ In: Donaukurier, Nina Kunzendorf kritisiert Zeit und Kostendruck beim Fernsehen

⁴ Vgl. WILDE BEUGER SOLMECKE Rechtsanwälte, Die Auftragsproduktion

xis haben Vertreter des Senders, wie z.B. Chefredakteure oder Produktionsleiter, bei gewissen Situationen während der Herstellung Letztentscheidungsrechte. Es erfolgt nach Fertigstellung der Sendung eine Abnahme, die dazu dient, um Kritiken oder Verbesserungsvorschläge, seitens des Sender, zu äußern und zu entscheiden, ob die Inhalte letztendlich gesendet werden können.⁵

Vorteile solch einer Auftragsproduktion sind vor allem eine Kostenersparnis für die Sender selbst. Bei Eigenproduktionen müssten diese ihre eigene Produktionskapazitäten ausschöpfen, z.B. Personalkosten oder entstehende Kosten bei Inbetriebnahme eines Fernsehstudios. Ein weiterer Vorteil ist, dass viele Produktionsfirmen auf gewisse Gebiete spezialisiert sind. Dadurch ergibt sich mehr Fachwissen sowie ein Spezialisierungsvorteil für die Sendung selbst. Die externen Firmen kennen sich in ihrem Bereich bestens aus und können auf gewisse Trends und Veränderungen auf dem Markt meistens sogar besser reagieren, als die Fernsehsender selbst. Doch diese machen es den Auftragnehmern nicht immer leicht.⁶

„Es gebe einen Punkt, an dem ein Produkt nicht mehr besser werden könne, sondern schlechter werden müsse, wenn man zu sehr an den Ressourcen spare.“⁷

Der Münchner Tatort-Kommissar Udo Wachtveitl erklärte in einem Interview gegenüber Merkur.de, dass diese Ressourcen in dem Fall Zeit und Geld bedeuten.

„In einem möglichst kurzem Zeitraum ein Maximum an Dingen für eine größtmögliche Anzahl von Menschen so verständlich wie möglich öffentlich [...] machen.“⁸

Und das war der Ausschlaggebende Punkt für die Saxonia Entertainment GmbH in Leipzig. Ein Konzept zu entwickeln, welches den aktuellen Zeitgeist des Unterhaltungsfernsehens im Mitteldeutschen Raum trifft und vor allem günstig produziert werden kann, um es dem Sender vorzulegen. Dieses Ziel wurde erreicht.

⁵ Vgl. VFF Verwertungsgesellschaft der Film- und Fernsehproduzenten mbH, Definition von Auftragsproduktionen

⁶ Vgl. Katja Lantzsch, Der internationale Fernsehformathandel, S.108-109

⁷ In: Merkur.de, Wachtveitl: "Hart an Grenze des Zumutbaren"

⁸ In: Dominique Wolton und Hugues Le Paiges, Fernsehen und Zivilisationen, S. 18

2.1.2 Die Idee

Als Produktionsfirma und Tochterfirma des Mitteldeutschen Rundfunks ist die Saxonia Entertainment GmbH immer bemüht neue Ideen und Konzepte zu entwickeln und diese dem Sender gut zu verkaufen. Leider gelingt dies nicht immer und gewisse Faktoren, wie z.B. zu hohe Produktionskosten oder keine Verfügbarkeit von Sendeplätzen, sagen den Redakteuren nicht zu.

„Mit Andrea Berg, Helene Fischer und Andreas Gabalier hat eine neue Generation von Sängern die Bühne betreten, die Schlager nicht mehr als Mutti-Musik, sondern als Lifestyle verstehen und präsentieren.“⁹

Im Jahre 2013 lag der Schlager wieder voll im Trend. Der Sieg der Schweizerin Beatrice Egli im deutschen Fernsehen bei DSDS¹⁰ am 11. Mai 2013 hat dies bewiesen. Ganze 70,25 Prozent der gesamten Zuschauerzahl stimmten damals in der zehnten Staffel des Formats für Beatrice und ihre Liebe zum Schlager.¹¹ Auch der Mega-Hit „Atemlos durch die Nacht“ wurde im Jahre 2013 veröffentlicht und konnte die Massen nicht mehr auf den Stühlen halten. Insgesamt 116 Wochen hielt sich die Single in den deutschen Chartplatzierungen.¹²

Im März des Folgejahres wurde auch die Sendung „Stefanie Hertel – Die große Show der Stars“, von der Saxonia Entertainment produziert. Zu Gast war, unter anderem Ross Antony, welcher mit Stefanie Hertel zusammen den Titel „Do you speak English, yes I can do“ performte. Nach diesem Auftritt musste sich die Sängerin und Moderatorin umziehen und in ein neues Outfit schlüpfen. Dies nahm ein wenig Zeit in Anspruch und das Team überlegte, wie man das Publikum in dieser Pause unterhalten könne. Man erinnerte sich, dass Ross Antony in einem Interview an diesem Abend erwähnte, dass er zu Hause gern die Hausarbeit erledigt. Da Ross ein lustiger, aufgeweckter Typ mit einem schönen Akzent ist, entschied sich das Team ein großes Fenster mitten auf die Bühne zu stellen. Ross sollte auf eine lustige Art und Weise das Fenster putzen und somit das Publikum bei Laune halten. Natürlich würden diese Aufnahmen in der

⁹ In: Der Tagesspiegel, Schlager boomt: "DSDS"-Gewinnerin Beatrice Egli liegt im Trend

¹⁰ Abkürzung: Deutschland sucht den Superstar

¹¹ In: Schlager.de, Beatrice Egli – Musikalische Anfänge im Kindesalter

¹² In: Chartsurfer.de, Atemlos durch die Nacht

Postproduktion, im Schnitt, nicht berücksichtigt werden. Das Publikum und auch das Personal hinter den Kulissen fanden Ross Antony so unterhaltsam, dass diese Aufnahmen sogar mit in die Show aufgenommen wurden.

Der Redakteur Peter Ringleb hat das Potenzial im gebürtigen Engländer erkannt und sagte zur Geschäftsführerin, Edda Kraft, der Saxonia Entertainment GmbH: „Wir müssen mit Ross Antony was produzieren. Wenn wir das nicht machen, dann macht es jemand Anderes.“¹³ Peter Ringleb entwickelte darauf hin ein Konzept für eine Schlagershow, um es dem Sender vorzulegen. Doch dieser hat in der Regel wenig Mittel, um eine aufwendige, bunte Musikshow zu produzieren. Also musste eine Lösung gefunden werden, um dem Zuschauer eine bunte Vielfalt an Unterhaltung und dem Sender ein kostengünstiges Verfahren zu bieten. Dies gelang der Saxonia Entertainment GmbH.

Redakteur Peter Ringleb entwickelte eine Unterhaltungssendung, in der acht bis zwölf Schlagersänger auftreten und die, je nach Thema, ihre aktuellen, größten oder themenbezogene Hits vorstellen sollten. Kurze Interviews oder Spiele waren geplant, um die musikalische Sendung aufzulockern. Als Moderator kam auch nur einer in Frage – Ross Antony. Seine flippige, unverwechselbare Art, sein scheinbar chaotisches Vorgehen, sein englischer Akzent, mit unkonventionellen Wortkombinationen und seine Liebe für den Deutschen Schlager waren die wichtigsten Kriterien, die für ihn sprachen. Der Zuschauer würde ihm jeden Versprecher, fehlende Sachkenntnisse oder oberflächliche Interviews verzeihen.

Um Produktionskosten zu sparen, entschied man sich dafür, dass die Sendung zunächst nicht live aufgenommen wird. Die Location für die Aufzeichnungen sollte weitestgehend ansehnlich sein, so dass man auch die Kosten für den Aufbau des Szenebildes und der Requisiten minimieren konnte. In den Köpfen der Entwickler schwebte z.B. der Eventpalast Leipzig, das Eventwerk Dresden oder eine beliebige Diskothek. Ebenfalls war es geplant die Folgen für das ganze Jahr an nur zwei bis drei Tagen aufzuzeichnen, denn eine monatliche Produktion wäre viel zu teuer gewesen. Dies hatte zusätzlich den Vorteil, dass beim Booking die Künstler einen größeren

¹³ Ringleb, Peter in einem telefonischen Interview

Spielraum haben, um ihre Termine zu planen und die Chance somit höher war die Künstler für die Show zu gewinnen. Hätte man nur einen Produktionstag kalkuliert, wäre das Risiko dementsprechend größer, dass einige am geplanten Aufzeichnungsdatum nicht hätten erscheinen können. Folglich ergab sich auch der Vorteil, dass durch die zeitlich unterschiedlichen Besuche der Künstler, die Sendung nicht an den inhaltlichen Ablauf gebunden war. Erst im Schnitt entstand der Inhalt der Show. Zusätzlich sparte man mit dieser Arbeitsweise wieder Kosten. Die Künstler sollten für einen Tag gebucht werden, jedoch zwei bis drei Titel präsentieren, die jeweils auch für zwei bis drei Folgen genutzt werden sollten. Um den Zuschauern vor dem Fernseher dieses Verfahren jedoch so unauffällig wie möglich zu gestalten, kam man auf die Idee, Ross Antony immer in der gleichen Garderobe moderieren zu lassen, ähnlich wie Stefan Raab in TV Total. Auch das Szenebild sollte immer das Gleiche sein, so könne man alle Folgen für das ganze Jahr „durcheinander“ aufnehmen und erst im Schnitt sortieren. Auch die Repertoirefähigkeit der Titel sollte gewährleistet sein. Die bedeutete, dass die einzelnen Titel so aufgezeichnet werden sollten, dass sie ohne allzu großen Aufwand jederzeit wieder neu gemischt und mit neuen Moderationen zu einer neuen Sendung zusammen geschnitten werden konnten.

Dem Mitteldeutschen Rundfunk gefiel das kostengünstige und doch unterhaltsame Vorhaben und die Produktion wurde bewilligt. Insgesamt wurde somit Ende des Jahres 2014 die erste Staffel, mit insgesamt fünf Folgen für das Jahr 2015, produziert.

2.1.3 Die erste Sendung

Anfang Januar 2015 war es dann so weit. Es standen drei Aufzeichnungstage fest, in denen fünf Sendungen á 45 Minuten produziert werden sollten. Inhaltlich sah die erste Sendung vom 16.01.2015 wie folgt aus:

Die Show beginnt mit einem Opener, in dem die Gäste des Abends bildlich angekündigt werden. Es folgt die musikalische Begrüßung des Moderators Ross Antony mit dem Song „Eine neue Party ist wie ein neues Leben“, welcher als Titelmelodie der Sendung fungiert. Ross begrüßt daraufhin die Gäste vor Ort und die Zuschauer vor dem Fernseher. Nach einer kurzweiligen Anmoderation beginnt auch schon der Auftritt des ersten Künstlers, in diesem Fall war es Beatrice Egli mit ihrem Lied „Wir leben laut“. Nach ihrer Performance geht Beatrice an die Bar zur zweiten Protagonistin der Unterhaltungsshow – Barkeeperin Marlies Baumer. Sie gibt der Sendung einen gewis-

sen Sidekick. Mit ihrer taffen und mütterlichen Art fühlt sich der Zuschauer stets unterhalten und kleine, sarkastische Witze kommen immer gut an. Ross spricht mit Marlies über ihre Arbeit als Barkeeperin und die Getränkevorlieben der Künstlerin Beatrice Egli. Der Talk mit Marlies und Beatrice wird, mit der Überleitung zum nächsten Interpreten, verbunden. Im Prinzip wird die erste Folge der Staffel durch eine Mischung aus musikalischen Performances und unterhaltsamen Talks geprägt. Auch zwei Spielerunden genannt „Schlager-Duell“ und „Barkeeper-Aufgabe“ sorgen dafür, dass für Künstler und Zuschauer keine Langeweile aufkommt. Beim Schlager-Duell wird ein Gast im Eventpalast auf die Bühne geholt, um gegen einen Künstler diverse Schlagersongs, die jeweils kurz angespielt werden, zu erraten. Auch bei der Barkeeper-Aufgabe werden kleine Spiele für den Moderator Ross Antony zur Herausforderung. Während der Show ist das Publikum stets involviert. Es steht nah an der Bühne, darf mit klatschen und tanzen und selbst Moderationen werden manchmal direkt in der Menge aufgezeichnet. Am Ende der Sendung singt Ross Antony selbst noch den Song „Goldene Pferde“ und verabschiedet sich dann bei den Zuschauern und Gästen im Eventpalast vor Ort (siehe Anhang 1 „Inhaltlicher Ablauf 16.01.2015“).

Der Ablauf während der Aufzeichnung im Studio sah sehr ähnlich aus. Auch die Künstler, die in der ersten Folge geplant waren, waren auch zum ersten Aufzeichnungstag vor Ort. Es sind durchaus Parallelen zum inhaltlich geplanten und produktionstechnisch geplanten Ablauf zu erkennen (siehe Anhang 2 „Studio-Ablauf Folge 1“).

Die Quote der ersten Folge „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ hat alle beteiligten überwältigt. Insgesamt wurde eine Quote von 10,7% im MDR-Sendegebiet, welches Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen umfasst. Ganze 440.000 Zuschauer haben im Sendgebiet an diesem Abend die Show aufmerksam verfolgt. Das waren sogar 3000 mehr als Riverboat an diesem Abend erzielte. Wobei man bedenken muss, dass das Talkformat Riverboat umgangssprachlich das „Flagschiff“ des Senders MDR bildet, mit der langen Tradition und den mittlerweile sogar wöchentlichen Ausgaben. All dies war Grund genug für das Team, sich auf die weiteren Folgen sowie auf die Zukunft der musikalischen Unterhaltungssendung zu freuen und weiter zu machen (siehe Anhang 3 „Quoten zur Folge1“).

2.2 Aufbau der Sendung heute

Mittlerweile läuft die dritte Staffel der musikalischen Schlagershow „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ erfolgreich im MDR-Fernsehen. Doch während dieser Zeit kam es natürlich zu einigen Weiterentwicklungen, die das Konzept der Sendung nochmals positiv beeinflussten. Redakteur Peter Ringleb erzählte in einem telefonischen Interview auch wie es dazu kam. Mit Hilfe von älteren Sendeabläufen, die im Anhang zu finden sind, werden die angegebenen Informationen unterstützt. Im folgenden Teil wird die Sendung nochmals vom aktuellen Standpunkt betrachtet.

2.2.1 Weiterentwicklungen und Veränderungen im Laufe der letzten Jahre

Zu einer großen und bis heute profitablen Weiterentwicklung kam es nach der ersten Staffel. Der Mitteldeutsche Rundfunk teilte der Tochter- und Produktionsfirma Saxonia Entertainment GmbH mit, dass sie in ihrer Programmplanung die Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ keinen 45-minütigen Sendeplatz mehr zur Verfügung stellen können. Lediglich ein Sendeplatz, der insgesamt 90 Minuten umfasst, wäre eine Lösung. Für die Macher der Unterhaltungsshow stellte diese Alternative zu diesem Zeitpunkt kein Problem dar. Doch das Problem offenbarte sich schnell: gefordert war, die Sendung doppelt so lang in einer sogenannten „XXL-Ausgabe“ zu produzieren für dasselbe Budget, wie die 45-Minuten Variante im Vorjahr. Wie sollte das funktionieren? Mehr Inhalte für das gleiche Geld? Doch das Team der Produktionsfirma setzte sich zusammen und entwickelte somit einen Lösungsvorschlag.

Peter Ringleb, Redakteur der Musiksendung „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ bezeichnete das Konzept im telefonischen Interview als „Baukasten-System“. Circa die Hälfte wurde ab der zweiten Staffel mit Archivmaterial aus der ersten Staffel gefüllt. Da Moderator Ross Antony stets die gleiche Garderobe und Frisur im ersten Jahr trug, wurde diese Methode auch weitergeführt. Auch die Location, der Eventpalast in Leipzig, wurde weiter als Veranstaltungsort genutzt. So kann der Zuschauer bis heute keinen Unterschied erkennen, welche Szenen neu aufgezeichnet wurden und welche Szenen aus dem Archivmaterial stammen. Nur unter diesen Umständen ist es möglich, mehr Inhalt für das gleiche oder sogar weniger Geld zu produzieren. Denn mit jedem Jahr wächst logischer Weise das Archiv der Show und desto weniger Material

muss komplett neu aufgezeichnet werden. Lediglich echten Fans oder Zuschauern, die während der Aufzeichnung im Publikum waren, wird dieses „Baukasten-System“ auf irgendeine Art und Weise auffallen, aber der Anteil ist so gering, dass er das Konzept damit nicht negativ beeinflusst. Zudem wird das Publikum im Eventpalast in Leipzig vor Ort in die Abweichungen zwischen inhaltlichem Sendeablauf und tatsächlichem Studioablauf eingeweiht. So kann es z.B. passieren, dass Maite Kelly am ersten Produktionstag anmoderiert wird, aber am Tag danach erst zur Aufzeichnung erscheint. Im Schnitt werden dann alle Einzelteile so „zusammengebastelt“, dass es dem Zuschauer vor dem Fernseher absolut nicht mehr auffällt.

Der inhaltliche Sendeablauf und der tatsächliche Studioablauf hatten sich in der ersten Sendung der ersten Staffel kaum voneinander unterschieden. Da das komplette Material neu produziert werden musste, war ein geordneter Studioablauf kein großer Umstand bzw. bildete keinen besonderen Nachteil. Vergleicht man diese Abläufe mit denen aus dem Jahre 2017, sind Veränderungen deutlich sichtbar. Inhaltlich geplante und tatsächliche Vorgänge weisen kaum noch eine Ähnlichkeit auf. Außerdem werden vermehrt Anmoderationen für Künstler getätigt, die während der Aufzeichnung gar nicht vor Ort sind (siehe Anhang 4 und 5 „Inhaltlicher Ablauf“, „Studio-Ablauf“). Zusätzlich konnte man sich im Jahre 2017 einen Aufzeichnungstag sparen. Während es im Jahre 2015 noch insgesamt drei Tage waren, in denen man ganze fünf Folgen á 45 Minuten aufzeichnete, waren es in diesem Jahr nur zwei Aufzeichnungstage, in denen man trotz alledem fünf Folgen á 90 Minuten aufzeichnete. Es lässt sich also zusammenfassen, dass sich das „Baukasten-System“ durchaus bewiesen und profitiert hat. Der Plan, mehr Inhalte für das gleiche oder weniger Budget zu produzieren, ist aufgegangen.

Doch auch für den Moderator gab es eine kleine Veränderung. Im ersten Jahr musste Ross Antony noch relativ umfangreiche, komplizierte und stilistisch geschmückte Texte ansagen. Der Autor, Jens Berger, der das Drehbuch und die Moderationen schrieb, wollte somit die deutsche Sprache besonders schön und künstlerisch darstellen. Doch als gebürtiger Engländer ist es nicht einfach solche Texte sinngemäß zu verstehen und dementsprechend perfekt und gut betont vorzulesen. Daraufhin bestand Ross Antony auf einen Teleprompter, der den Nachteil mit sich zog, dass die Ansager und Moderationen stets abgelesen und steif klangen. Die Drehbücher wurden demzufolge ab der zweiten Staffel neu geschrieben und die Texte vereinfacht, so dass Ross Antony sich nebenbei auf seine Gestik und Mimik konzentrieren und seiner Art freien Lauf lassen konnte. Das ist das, was die Zuschauer bis heute an ihm lieben. Er ist nicht immer per-

fekt, was Aussprache oder Grammatik angeht, aber diese Dinge verzeiht ihm das Publikum durch seine frohe, quirlige und humorvolle Natur.

3 Die Produktion der Sendung

Nachdem die Inhalte und theoretischen Konzepte durchdacht, geplant und aufnahmefähig sind, folgen die Produktionstage. Um nachzuvollziehen, wie solche in der Regel organisiert sind, folgt im nächsten Abschnitt eine Auflistung und Beschreibung der einzelnen Fraktionen des Teams sowie die Kalkulation, Finanzierung und Kosten einer Sendung.

3.1 Der Produktionsstab

Wirft man einen Blick in die Disposition vom 1. Februar 2017 (siehe Anhang) sieht man, dass auf insgesamt fünf Seiten alle Teammitglieder der Produktion mit Position aufgelistet sind, gefolgt von zwei Seiten aller Mitwirkenden und Künstler, die während der Aufzeichnungen vor Ort sind. Jede einzelne Position in dieser Arbeit aufzuschlüsseln, wie z.B. die Assistenzen oder Garderobieren, wäre zu langatmig und irrelevant. Im folgenden Text werden die hauptsächlichen Bestandteile zusammengefasst und deren Aufgabenbereiche kurz beschrieben. Die Reihenfolge orientiert sich dabei an der Stabliste, enthalten in der Disposition der Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ vom 1. Februar 2017 (siehe Anhang 6 „Stabliste“).

Der Moderator:

Er agiert im Fernsehen als ein Gesprächsleiter. Dabei übernimmt er in der Regel die Einleitung, Ankündigung und Verknüpfung von verschiedenen Studiogästen, Gesprächen oder Beiträgen. Oft erfährt der Zuschauer auch Hintergrundinformationen zu den einzelnen Beiträgen und Darbietungen, durch Interviews. Denn in diesen Fällen muss sich der Moderator bereits vor der Sendung auf seinen Interviewpartner vorbereiten und Fakten recherchieren. So schaffen sie es die Aufmerksamkeit des Publikums oder der Zuschauer vor dem Fernseher auf das Geschehen in der Sendung zu lenken.

Des Öfteren werden Moderatoren zu wichtigen Symbolen oder Aushängeschildern eines Senders, doch dazu später mehr.¹⁴

Der Produzent:

In diesem Fall ist die Produzentin der Unterhaltungssendung die Geschäftsführerin der Saxonia Entertainment GmbH, Edda Kraft, sie ist sozusagen die obere Gewalt. Den Aufgabenbereich eines Produzenten kann man mit Hilfe von fünf Merkmalen gut identifizieren.

1. Kreativer Motor

„Der Filmproduzent ist der kreative Motor in allen Phasen der Filmentstehung: von der ersten Idee, über die Entwicklung des Konzepts oder Formats, die Auswahl der Mitwirkenden, die Dreharbeiten, den Schnitt, bis hin zur Endfertigung.“¹⁵ Mit seinem fächerübergreifenden Fachwissen im Bereich der Film- und Fernsehproduktion treibt er das Geschehen an und ist bei allen Absprachen, Besprechungen und Entscheidung stets präsent.

2. Wirtschaftliche Verantwortung

Als Leittier des Ganzen steht es in der Verantwortung des Produzenten den finanziellen Überblick zu behalten. Das Risiko, dass die geplante Kalkulation von den realen Zahlen stark abweicht oder, dass nicht genügend Gewinn erzielt wird, wie erhofft, liegt in seinen Händen.

3. Organisation, Steuerung und langfristige Planung

Der Produzent ist bei der kompletten Organisation der Sendung dabei. Von der Idee, bis zu Realisation, über den Schnitt und bis hin zur Abgabe des Produkts an den Auftraggeber – alles muss ordentlich geplant und von statten laufen.

4. Teambildung- und Führung

Um die Produktion so professionell und gut wie möglich zu gestalten, wird der Großteil der Teammitglieder sorgfältig ausgewählt und eingekauft. Oft wird hier

¹⁴ Journalistenkolleg.de, Fernsehmoderator/ Fernsehmoderatorin

¹⁵ Regie.de, der Produzent

auf die Erfahrung der letzten Jahr vertraut, so dass man sicher gehen kann, dass neben der engagierten Arbeit auch ein vertrautes, gutes Arbeitsklima herrscht.

5. Auswertung und Vermarktung

Auch dafür muss der Produzent ein Auge behalten. Von vorn herein muss sich überlegt werden, wie das geplante Format, die geplante Show, gut vermarktet werden kann, so dass es die größtmögliche Zahl des Publikums begeistert.¹⁶

Die Macher der kreativen Inhalte:

Dazu zählen insbesondere

- die Redaktion des Auftraggebers, in diesem Fall des Mitteldeutschen Rundfunks,
- die Redaktion der Produktionsfirma, in diesem Fall der Saxonia Entertainment GmbH,
- sowie Autoren und Regisseure der Sendung.

Die Aufgaben eines klassischen Redakteurs sind vor allem die Inhalte eines Mediums zu planen und zu erstellen. Das Konzept der Sendung aufbereiten und den Sendeablauf zu entwickeln liegen ebenfalls in deren Aufgabenbereich. Im Fall der Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ ist der Redakteur auch für die Auswahl der Künstler zuständig, die die Inhalte der Musiksendung bilden.¹⁷

Der Autor ist für die Texte zuständig. Er sorgt dafür, dass sich das Publikum von den Moderationen und Ansagern unterhalten fühlt und dran bleibt. Man kann ihn sozusagen als „Geschichtenerzähler“ betiteln.¹⁸

Die Regie ist für den kreativen, gestalterischen Ablauf, während der Aufzeichnung, im Studio zuständig. Da der Studioablauf meist vom Sendeablauf abweicht, besonders in der Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“, sorgt er hier für die Leitung. Bildfolge und Szenenablauf liegen damit in deren Hand.

¹⁶ Vgl. Regie.de, der Produzent

¹⁷ Vgl. online.redakteur.biz, Was ist ein klassischer Redakteur?

¹⁸ Vgl. online.redakteur.biz, Was ist ein Autor?

Die organisatorischen Talente:

Hierzu zählen

- die Produktionsleitung des Auftraggebers, in diesem Fall des Mitteldeutschen Rundfunks,
- die Produktionsleitung der Produktionsfirma, in diesem Fall der Saxonia Entertainment GmbH,
- und die Aufnahmeleitung.

Die Produktionsleitung kümmert sich vor allem um alle Organisationen, die im Vorfeld getroffen werden müssen, um reibungslose Produktionstage zu ermöglichen. Der Produktionsleiter muss im Vorfeld das inhaltliche Konzept genau studieren, um das spätere Produktionsvorhaben so gut wie möglich einschätzen und planen zu können. Die Suche nach einer passenden Location, die Buchung der einzelnen technischen Gewerke bis hin zum Catering oder das Einholen von Angeboten, um eine möglichst genaue Kalkulation zu erstellen, zählen zu den Aufgaben der Produktionsleitung.¹⁹

Der Aufnahmeleiter kümmert sich um den organisatorischen Ablauf während den Produktionstagen und Dreharbeiten. Das Schreiben der Dispositionen für die einzelnen Tage ist unerlässlich. Er sorgt dafür, dass das ganze Team den zeitlichen Ablauf kennt. Auch die terminliche Planung der Künstler, des Einbaus und des Abbaus müssen durch den Aufnahmeleiter besprochen und organisiert werden. Drehgenehmigungen und Motivverträge fallen zusätzlich in sein Aufgabenfeld. Auch ein Shuttleservice für Mitwirkende, Einhaltung von Ruhezeiten oder Überstunden sowie Anpassungen an die Disposition bei Veränderungen gehören dazu. Im Fall der Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ kommt zusätzlich eine Studioaufnahmeleitung zum Einsatz. Diese ist für den organisatorischen Ablauf, während der Aufzeichnung, direkt im Studio verantwortlich. Sie sorgt dafür, dass die Künstler rechtzeitig auf der Bühne stehen, Pausen während den Studioproben eingehalten und Requisiten rechtzeitig bereitgestellt werden.²⁰

Szenenbildner und Bühnenbauer

Der Szenenbildner erarbeitet die bildnerische Umsetzung, anhand des vorgegebenen Inhalts im Drehbuch. Alles, was während der Aufzeichnung im Bild zu sehen ist, fällt in

¹⁹ Bv-produktion.de, Produktionsleitung

²⁰ Regie.de, Aufnahmeleiter

den Tätigkeitsbereich des Szenenbildners. So z.B. die Gestaltung der Bühne in der Musikshow „Meine Schlagerwelt - die Party mit Ross Antony“. Besonders auffällig und charakteristisch für die Sendung sind die bunten LED-Lichtsäulen im Hintergrund der Bühne. Diese werden mit verschiedenen, zur Stimmung und zum Künstler passenden, farblichen Motiven genutzt. Für die Anordnung und Verwendung dieser Säulen ist der Szenenbildner zuständig. Auch Requisiten und Dekorationen werden durch den Szenenbildner geplant, ausgewählt, organisiert und integriert. Mit Hilfe von vorher erstellten Konzepten, Skizzen und Entwürfen entsteht so das Szenenbild.

Nachdem alles von der Leitung abgenommen und als in Ordnung empfunden wurde, beginnt der Einbau der Bühne durch professionelle Bühnenbauer. Diese orientieren sich hierbei an den Konzepten der Szenenbildner und bauen die Bühne so auf, wie es im szenenbildnerischen Konzept vorgesehen ist.²¹

Beleuchter

Wie der Name schon sagt, sind diese Personen für den Aufbau und die Installation der Beleuchtung zuständig. Doch nicht nur das. Während der Aufzeichnung spielt der Beleuchter ebenfalls eine tragende Rolle. Mit Hilfe von vorher geprobt und gespeicherten Lichteffekten, Farben und Abläufen schafft der Beleuchter erst die Atmosphäre und Stimmung im Saal und vor dem Fernsehen. Je nach Gemüt und Emotionen, die im Titel ausgedrückt werden sollen, unterstützt der Beleuchter mit passenden Farben die Performance.

„Anders gesagt: Beleuchter sind Künstler, die mit Licht aus einem unscheinbaren, x-beliebigen Ort eine eindrucksvolle Szenerie zaubern.“²²

An oberster Stelle steht im Aufgabenfeld des Beleuchters jedoch, dass die Szenerie und die Protagonisten gut sichtbar und passend ausgeleuchtet sind. Hierbei gilt es vor allem zu beachten, dass keine störenden Schatten oder helle Spitzen in der Kamera und auf den Gesichtern zu sehen sind. Nicht ohne Grund wirkt das Hautbild der Moderatoren oder Schauspieler im Fernsehen nahezu makellos - das Licht trägt hierzu einen großen Teil bei.

Tonmeister

²¹ Vgl. Regie.de, Szenenbildner und Filmarchitek

²² xing.com, Beleuchter - mehr als ein Lampenanknipser

Wie jedes Teammitglied muss auch der Tonmeister zur Vorbereitung seiner Arbeit das Drehbuch studieren. Er muss einschätzen und feststellen können, welche Technik und welche Geräte von Nöten sind, um das geplante Projekt umsetzen zu können. Vor Ort werden alle nötigen Tonquellen, Lautsprecher, Kabel und Mikrofone installiert und eingestellt. Besonders wichtig ist auch die Überprüfung der Nebengeräusche, die bei O-Tönen (abk. für Originalton) während der Aufzeichnung für den Zuschauer wahrnehmbar sein könnten. Mögliche Risikoquellen sind hierbei die Belüftungsanlagen der elektrischen Geräte, das Rauschen oder Brummen durch schlecht isolierte Kabel oder das Knistern und Rascheln der Kleidung in der Nähe der Mikrofone. Der Tonmeister sorgt, unter anderem, für das Pegeln der einzelnen Mikrofone und Lautsprecher und stellt den Kontakt zur Regie her, so dass diese mit dem Studio verbunden ist. Am Beispiel von „Meine Schlagerwelt - die Party mit Ross Antony“ ist auch der Ton im Innern des Eventpalasts wichtig. Das Publikum möchte die Gespräche und die Musik ebenfalls gut hören, auch das wird vom Team der Beschallung organisiert.²³

Kameramann

Ein Kameramann ist für die kreative und eigenverantwortliche Bildgestaltung zuständig. Zusammen mit der Regie plant er die bildliche Umsetzung der einzelnen Szenen im Drehbuch. Grundsätzlich müssen folgende optische Parameter beachtet werden, um ein optimales Zusammenspiel der einzelnen Bilder zu erhalten:

- Kameraposition und- Höhe (Unter- oder Obersicht, Größe oder Kleinheit),
 - Bildausschnitt und- Komposition (z.B. Nahaufnahme oder Detailaufnahme),
- Kamerabewegung (Dolly, Kran, SteadiCam, Handkamera etc.),
- Objektivwahl (z.B. Tele oder Weitwinkel),
 - Schärfe und Unschärfe, Tiefenschärfe (ausweiten oder einengen, herausheben, betonen von Details).

²³ Vgl. Regie.de, Tonmeister

Durch ein ganzes Kamerateam werden dann diese Vorgaben möglichst perfekt umgesetzt und der Zuschauer sowohl visuell, als auch emotional „abgeholt“.²⁴

Ü-Wagen

Oft finden diverse Sendungen nicht in den hauseigenen Studios der Sender statt. Da kommt der Ü-Wagen zum Einsatz. Man bezeichnet sie oft liebevoll als die „Studios auf Rädern“.

„Ihr Spektrum reicht von Reportage-Wagen in der Größe von PKWs oder Kleinlastern bis zu Fernseh-Übertragungswagen, die als Sattelschlepper 18 m lang sein und rund 30 t wiegen können.“²⁵

In solch einem Ü-Wagen ist der Raum ziemlich begrenzt, nichts desto trotz befinden sich im Inneren mehrere, für die Produktion wichtige, Personen. In der Regel sind folgende Positionen vertreten:

- Der Bildingenieur:
Er ist zuständig für den technischen Kameraablauf während der Aufzeichnung.
- MAZ:
Diese Position spielt die Beiträge, wie z.B. eine kleine Vorstellung der Person, in den Sendeablauf ein.²⁶
- Toningenieur:
Er ist zuständig für die Regelung und Überwachung des aufgezeichneten Tons.²⁷

Maske und Garderobe

Sie sorgen für das gewisse Etwas, was dem Zuschauer geboten wird. Das Aussehen spielt im Fernsehen eine große Rolle, man präsentiert sich schließlich Tausenden von Menschen. Die Garderobiere fertigen die Kostüme nach den gewünschten Vorstellungen an. Ist dies nicht notwendig, kümmern sie sich darum, dass das passende Outfit aus dem Repertoire des Fundus sorgfältig und passend ausgewählt wird. Sollte während der Aufzeichnung etwas nicht richtig sitzen oder gar eine Naht platzen, dann sind sie sofort zur Stelle, um Abhilfe zu schaffen.²⁸ Ähnlich unterstützen die Maskenbildner das Geschehen. Sie setzen das Gesicht, was während der Sendung stets im Fokus ist,

²⁴ Vgl. Regie.de, Kameramann

²⁵ Vgl. Ard.de, Übertragungswagen

²⁶ Vgl. Kameramann.de, Kameramann, Operator & Co: Berufe rund um die Kamera

²⁷ Vgl. studi-infoseite.de, Berufsbild Dipl.-Toningenieur

²⁸ Vgl. Regie.de, Garderobe

perfekt in Szene und beheben vor allem eine feuchte oder stark glänzende Haut. Während der Aufzeichnung sind sie in Pausen stets bereit, um das Gesicht wieder makellos erscheinen zu lassen. Besonders in historischen Produktionen sind Maskenbildner sehr wichtig, da sie die Künstler zeitgemäß wirken lassen können. Im Fall der Sendung „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ genügt bereits ein schönes Make-Up für die Damen und ein gesunder Teint für die Herren.²⁹

3.2 Kalkulation und Finanzierung

Der Prozess beginnt zunächst damit, dass das inhaltliche Konzept des Redakteurs fertig sein muss. Nur so kann der Produktionsleiter mit seiner Arbeit beginnen und, anhand des Konzeptes, eine Kalkulation entwickeln. „In Absprache mit der Redaktion und der Geschäftsführung müssen aus den Ideen Zahlen gemacht werden.“³⁰ Diese Zahlen oder Summen entstehen in der Wirklichkeit meistens durch Erfahrung, gewisse Vorgaben oder durch Anfragen und bereit gestellte Angebote seitens der Dienstleister. Sei es der Aufnahmeleiter, die Hausbesitzer der Location, die Bühnenbauer oder das Catering – alle Kosten müssen aufgelistet werden. Eine Kalkulation staffelt sich grob in folgende Bereiche:

- Rechte (z.B. Autorenrechte, Musikrechte oder Bildrechte)
- Honorare – Redaktion/ Mitwirkende (z.B. für Regisseur, Produzerin, Redakteure, Moderator oder Studiogäste/Künstler)
- Honorare – Produktionspersonal (z.B. für Kameramann, Tonmeister, Aufnahmeleiter oder Cutter)
- Ausstattungsleistungen (z.B. Beleuchtungstechnik, Requisiten oder Bühne)
- Produktionstechnik (z.B. Ü-Wagen, Kameratechnik oder Stromversorgung/ Aggregat)

²⁹ Vgl. Regie.de, Maskenbildner

³⁰ Süßbrich, Uwe in einem persönlichen Interview

- Reise- und Transportkosten (z.B. Mietfahrzeuge, Parkgebühren oder Fahrgelder)
- Allgemeine Kosten (z.B. Telefongebühren, Büromaterial, Mieten oder Rettungskräfte)
- Internet/ Programm Marketing (Redaktions- und Produktionspersonal, Produktionstechnik und Sonstige)
- Erträge (Erstattung aus öffentlicher Veranstaltung, sonstige Erträge)
- Fertigungskosten (z.B. Speichermedien oder soziale Abgaben)

Nachdem all diese Punkte vorerst unverbindlich kalkuliert werden, entsteht am Ende eine Summe, die als Gesamtkosten pro Sendeminute angegeben werden (siehe Anlage 7 – Deckblatt MDR-Kalkulation). Diese Kalkulation wird von der Produktionsfirma dem Auftraggeber vorgelegt, in diesem Fall von dem Mitteldeutschen Rundfunk. Dazu werden, im optimalen Fall, Kalkulationsgespräche geführt, um produktionstechnische oder inhaltliche Kritikpunkte und Änderungen zu besprechen. Nachdem es zu einer kalkulatorischen Einigung kommt, wird ein verbindlicher Vertrag zwischen beiden Parteien geschlossen.

In diesem Vertrag ist geregelt, dass der Sender das Material zeitlich, örtlich und sachlich unbeschränkt nutzen darf. Das bedeutet, dass alle Rechte nun nicht mehr in der Hand der Produktionsfirma liegen. In diesem Moment bekommt das Wort „Wiederholbarkeit“ eine große Bedeutung. Bei der Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ wird ebenfalls darauf geachtet, dass Titel oder Moderationen wiederholbar sind. Das bedeutet, dass diese Inhalte vom Mitteldeutschen Rundfunk beliebig in andere Formate eingesetzt und wiederholt werden können. Dadurch spart auch der Sender Kosten und kann in diversen Sendungen oder Musikshow auf dieses Archivmaterial zurückgreifen. Die Schlagershow mit Ross Antony besteht mittlerweile ebenfalls zu fast 50% aus eigens gedrehtem Archivmaterial, welches mit einer Besonderheit gestellt wird. Dadurch, dass alle Rechte praktisch beim Sender liegen, müsste die Saxonia Entertainment GmbH theoretisch dafür bezahlen, um das abgedrehte Material der letzten Sendungen zu verwenden. Doch der Mitteldeutsche Rundfunk stellt es der Produk-

tions- und Tochterfirma kostenfrei zur Verfügung, wodurch wiederum enorm an Kosten gespart werden kann.³¹

Auch der Gewinnanteil ist im Vertrag geregelt. Dieser liegt in der Regel bei 7,5% der Netto-Herstellungskosten und darf die 10%-Grenze nicht überschreiten. Der Bruttobetrag wird wie folgt errechnet:³²

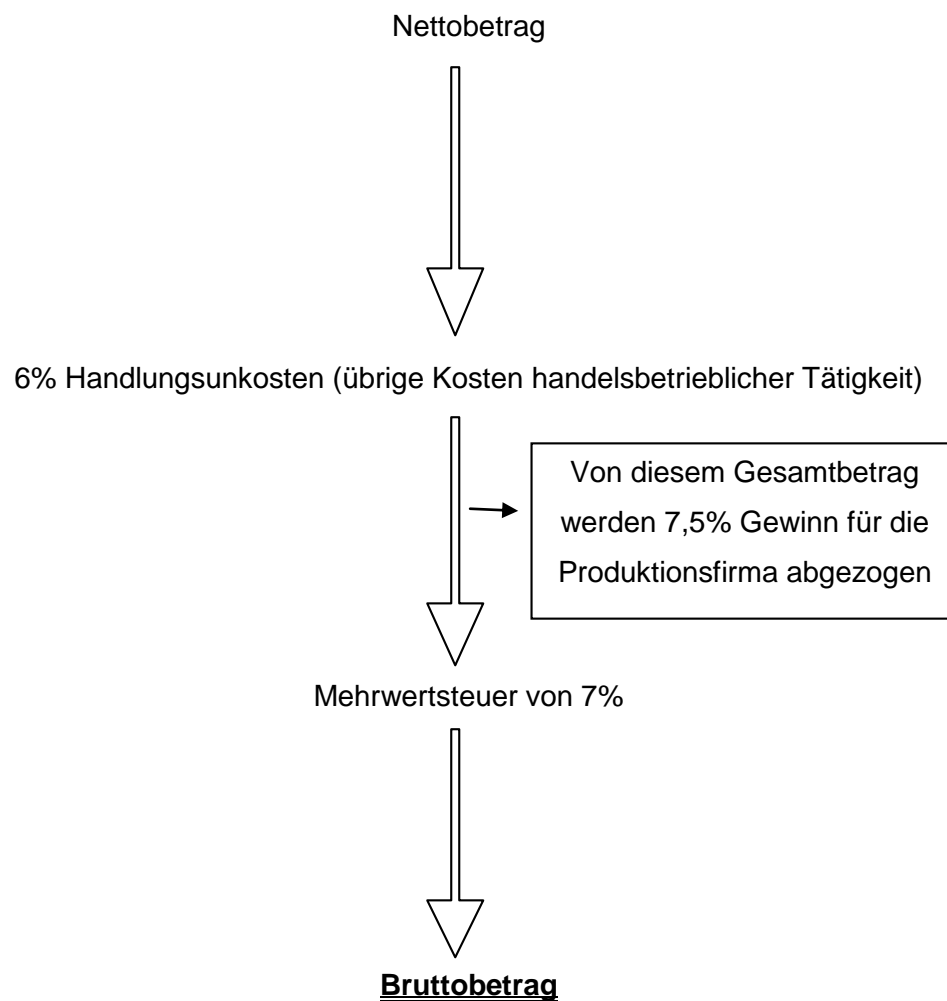


Abbildung 1: Regelung Anteile und Kosten

Leider war es nicht möglich, die genaue Zahl der Produktionskosten aufzuführen, dennoch soll sich eine Staffel „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“, laut Pro-

³¹ Vgl. Süßbrich, Uwe in einem persönlichen Interview

³² Vgl. Süßbrich, Uwe in einem persönlichen Interview

duktionsleiter Uwe Süßbrich, im Rahmen von 100.000€ bis 500.000€ bewegen. „Man muss sich überlegen, dass eine Folge von „Die Stefanie Hertel Show“ so viel kostet.“³³

Das Ziel der Kalkulation ist im Endeffekt jedoch nicht die Maximierung des Gewinns gesetzt, sondern lediglich die Maximierung der Qualität des Produkts. „Wir arbeiten mit den Gebühren und Geldern der Bevölkerung. Aus diesem Grund liegt das Produkt im Vordergrund.“³⁴

4 Erfolgsfaktoren

Um den Erfolg der Musikshow „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ näher zu analysieren, ist es von Vorteil die folgenden Bestandteile konkreter zu beleuchten, die die Show erst ausmachen. Es wurden Faktoren ausgewählt, die besonders für die Zuschauer das Format kennzeichnen und wiedererkennbar machen.

4.1 Der Moderator – was macht einen guten Moderator aus?

Sie sind oftmals das Gesicht der Sendung, das Aushängeschild oder der Grund, warum viele Zuschauer so gern einschalten – die Moderatoren. Das Wort „Moderator“ wird vom lateinischen „moderare“ abgeleitet und bedeutet so viel wie steuern, lenken, leiten. Es lässt sich also sagen, dass Moderatoren im Allgemeinen die Sendung leiten und somit dem Zuschauer eine Struktur und Übergänge innerhalb der Sendung vermitteln.³⁵ Doch das Aufgabenspektrum eines Moderators ist viel breit gefächerter. Folgende Faktoren müssen von einem guten Moderator erfüllt werden:

- Eine angenehme Atmosphäre schaffen
Der Zuschauer soll dem Redner gern und erwartungsvoll zuhören. Er soll sich auch zwischen den Beiträgen, Auftritten oder Künstlern unterhalten fühlen und sich auf das nächste Thema freuen.

³³ Süßbrich, Uwe in einem persönlichen Interview

³⁴ Vgl. Süßbrich, Uwe in einem persönlichen Interview

³⁵ Welcher-beruf.de, Fernsehmoderator/ Fernsehmoderatorin

- Für Beiträge interessieren
Der Moderator kündigt im besten Fall das nächste Geschehen an. Mit knackigen und gut recherchierten Ansagern, erzeugt er somit Spannung und weckt das Interesse des Zuhörers.
- Keine wesentlichen Aussagen der Beiträge vorwegnehmen
Keine einfache Aufgabe. Es muss während der Ankündigung auf das nächste Thema oder den nächsten Beitrag sorgfältig darauf geachtet werden, dass nicht zu viel des Inhalts verraten wird. Lediglich ein paar grundlegende Informationen, die den Zuschauer auf das Folgende thematisch vorbereiten, sind erwünscht. Sonst verliert der Beitrag an Spannung und das Publikum gleichzeitig das Interesse.
- Auf das Wesentliche hin zuspitzen und Strittiges offen lassen
Das, was den Beitrag ausmacht und so interessant gestaltet, wird vom Moderator nur kurz angerissen. Heikle Situationen oder strittige Themen werden zwar erwähnt, aber nicht näher erläutert. So wird ebenfalls die Neugier beim Zuschauer geweckt und das Bedürfnis „dran zu bleiben“ und sich den Beitrag genauer anzusehen.³⁶

Doch ein Moderator ist auch ein Improvisationstalent. Oft kommt es zu unvorhersehbaren Versprechern oder Situationen. In diesem Fall muss improvisiert werden. Ein guter Moderator sollte bei einem Versprecher einfach das Wort fehlerfrei wiederholen oder z.B. bei einem unvorhersehbaren Themenwechsel die Situation mit kühlem Kopf erklären, so dass der Zuschauer das Bild einer selbstbewussten Person bekommt und nicht das, eines nervösen und hilflosen Sprechers. Zudem helfen auch kurze Sprech- und Denkpausen oder Atem- und Konzentrationsübungen im Vorfeld, um während einer Panne einen gelassenen Eindruck zu hinterlassen.

Ein Fernsehmoderator muss jedoch zusätzlich nicht nur auf Sprache, Mimik und Gestik achten. Selbstverständlich sind ein freundliches, entspanntes Gesicht und eine offene, selbstbewusst Körpersprache wichtig, doch im Fernsehstudio direkt muss der Moderator noch auf weitere Faktoren achten.

³⁶ Vgl. WACHTEL, STEFAN: Sprechen und moderieren in Hörfunk und Fernsehen, S.91

Eine Besonderheit besteht während der Moderation für die Personen, die in einem Fernsehstudio arbeiten, wie z.B. Ross Antony in seiner Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“. Bevor es vor die laufende Kamera geht, muss alles Räumliche genauestens definiert und geplant werden.“[...] wo stehe ich wann, wie laufe ich, wie sitze ich.“³⁷ All diese Komponenten müssen beachtet werden, dass der Moderator immer gut sichtbar und vor allem auch vorteilhaft zu sehen ist. Selbst das freie Stehen muss geübt sein, denn eine geknickte oder krumme Haltung wirken besonders desinteressiert und nicht selbstbewusst genug. Alle Kamerawechsel sollten zusätzlich im Vorfeld zwischen Regie, Kameramann und Moderator abgesprochen werden. Die Blickwechsel und Bewegungen zu den verschiedenen Kameras sollten stets authentisch und professionell aussehen. Ebenfalls sollten Gänge durch das Studio oder das Publikum geprobt werden und im besten Fall Markierungen gesetzt werden, wo der Moderator stehen bleiben muss. So können kleine Fehler ausgeschlossen werden. Natürlich spielt auch das Outfit eines Moderators eine große Rolle, doch darum kümmert sich in den meisten Fällen die Garderobe. Der Sprecher selbst hat natürlich Mitspracherecht, was seine Kleidung betrifft. Diese sollte weder langweiligen noch zur Schau stellen. Ein gesundes Mittelmaß aus Eleganz und möglichst wenig Mustern eignet sich am besten, denn detaillierte Muster oder Kleinkariertes irritieren oft das Kamerabild.³⁸



Abbildung 2: Ross Antony - Moderator

³⁷ WACHTEL, STEFAN: Sprechen und moderieren in Hörfunk und Fernsehen, S.97

³⁸ Vgl. WACHTEL, STEFAN: Sprechen und moderieren in Hörfunk und Fernsehen, S.98

Ross Antony stellt sich diesen Aufgaben sehr gut. Er ist kein Neuling in dem Geschäft und weiß, wie er sich vor der Kamera zu verhalten hat. Seit er durch Popstars im Jahre 2011 Mitglied der Band Bro'Sis wurde, steht Ross im Rampenlicht. Bereits wenige Jahre später konnte er bei einigen RTL-Formaten, wie der Show „Einmal im Leben“ oder „Bingo! Bingo!“ sein Können als Moderator unter Beweis stellen und wuchs somit über sich hinaus.³⁹ Selbst kleine Fehler oder Versprecher verzeiht ihm das Publikum durch seine flippige, witzige Art und seinen durchaus charmanten Dialekt. Er selbst ist auch in der Schlager-Szene bekannt, dadurch passt er als Moderator besonders gut zur MDR Schlagershow und kommt stets authentisch rüber.

4.2 Die Gäste und Künstler

Sie sind die Personen, die die Show erst zu dem machen, was sie ist. Egal ob Nick P., Thomas Anders, KLUBBB3, Maite Kelly oder Beatrice Egli – sie bringen das Publikum in jeder Folge der Staffel „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ zum beben. Doch nicht nur die großen Sterne am Schlagerhimmel singen und tanzen in der Sendung, auch junge Künstler und Newcomer dürfen sich und ihre neuen Songs präsentieren. Die Auswahl für die Show erfolgt nicht zufällig. Besonders wenn eine neue Single oder ein neues Album im aktuellen Jahr erscheinen soll, werden die Schlagersänger eingeladen, ihre Hits zu präsentieren. Da die Folgen der Sendung immer vorproduziert werden, ist es meistens sogar der Fall, das ausgewählte Titel noch nicht einmal veröffentlicht wurden. Aber auch Promis, die zurzeit in den Schlagzeilen kursieren, bringen ebenfalls durch ihre mediale Aufmerksamkeit eine gute Quote für die Show. Doch auch altbekannte, erfolgreiche Künstler treten immer wieder in der Show auf. Sie sind vom Publikum bereits angenommen, fast sogar umgangssprachlich „Lieblinge“ und unterhalten es stets seit Jahren gut.⁴⁰

³⁹ Vgl. ross-antony.com, Lebenslauf

⁴⁰ Ringleb, Peter in einem telefonischen Interview



Abbildung 3: Das Schlagertrio KLUBBB3 - aktuell sehr erfolgreich

Der Eventpalast ist nicht umsonst zu jeder Aufzeichnung restlos ausverkauft. Die Prominenz zieht die Leute an, für viele ist es der größte Wunsch seinem Schlager-Idol endlich näher zu kommen und live dabei zu sein. Welche Funktion und Wirkung die Promis haben, wird im folgenden Absatz analysiert.

4.2.1 Prominenz und ihre Funktion

„Prominente stehen in der Öffentlichkeit, haben einen hohen Bekanntheitsgrad und werden von mehr Personen gekannt, als sie selbst kennen.“⁴¹

Das Fernsehen und die Fernsehschaffenden profitieren grundsätzlich relativ gut von den Prominenten: Prominenz ist schon immer ein neugierig machender Nachrichtenwert, der Inhalte nicht unbedingt relevanter, das für das Publikum attraktiver machen kann. Sie sind in manchen Fällen der einzige Inhalt, um die sich eine Sendung dreht oder betreiben selbst eigene Formate und Shows. Durch die mittlerweile verbreitete Inszenierung und Darstellung von Prominenten sind zusätzlich eigene Branchen ent-

⁴¹ Vgl. Bpb.de, Prominenz: Entstehung, Erscheinung, Darstellung

standen, die die Inszenierung der Prominenten als ihre Aufgabe sehen und damit Geld verdienen. Die Manager und Agenturen hinter den Berühmtheiten formen und sorgen sich um das Image, kümmern sich um Termine in der Öffentlichkeit, die Werbung, das Marketing und bereiten sie für deren Auftritte in der Medienlandschaft vor.⁴²

Berühmte Persönlichkeiten werden in den meisten Fällen als Vorbilder oder Orientierungsführer angesehen. Sie besitzen den Effekt, dass auf ein gewisses Thema mehr Aufmerksamkeit gelenkt werden kann, bzw. manchmal sogar erst das Thema begründen.⁴³ Würden beispielsweise in der Schlagershow mit Ross Antony nur unbekannte Künstler auftreten, wird automatisch die Aufmerksamkeit der Zuschauer gemindert und somit würden weniger Einschaltquoten erreicht werden. Doch dadurch, dass viele Sänger von Grund auf eine gewisse Fan-Gemeinschaft mit sich bringen, interessieren sich somit mehr Leute für die Sendung und die mediale Aufmerksamkeit steigt.⁴⁴

Doch nicht nur die Medienschaffenden profitieren von der Prominenz. Es ist eher ein wechselseitiges Verhältnis. Das Fernsehen stellt die mächtigste Form da, um Personen erst prominent zu machen und zu formen. Die Präsenz in TV-Formaten ist eines der wichtigsten Faktoren für Berühmtheiten, vor allem in der Schlagerszene, um der breiten Massen ihr Können zu beweisen und im Gespräch, bzw. in den Nachrichten zu bleiben.⁴⁵

4.3 Die Musik in der Show

Wie es der Name der Show schon hervorhebt, geht es in der Sendung insbesondere um ein Genre – der Schlager. Mittlerweile ist die Musik längst nicht mehr nur für über 30-jährige gedacht. Egal ob klein, groß, alt oder jung, der Schlager ist momentan auf seinem Höhenflug. Um dieses Genre besser kennenzulernen und zu verstehen, folgt zunächst eine Definition und ein kleiner historischer Rückblick, denn der deutsche Schlager, hatte nicht nur gute sondern auch schlechte Zeiten. Danach folgt die aktuelle Situation

⁴² Vgl. Bpb.de, Prominenz: Entstehung, Erscheinung, Darstellung

⁴³ Vgl. Peters, Birgit (1996): Prominenz. Eine soziologische Analyse ihrer Entstehung und Wirkung

⁴⁴ Vgl. Journalistikon.de, Prominenz

⁴⁵ Vgl. Schierl, Thomas (2016): Prominenz in den Medien

4.3.1 Definition und historischer Rückblick des deutschen Schlagers

Die deutsche Schlagerszene erlebte in den letzten Jahrzehnten sowohl Höhen als auch Tiefen. In den 50er und 60er Jahren waren vor allem Titel und Rhythmen aus den US-Staaten beliebt. Besonders bekannte Größen, wie die Beatles, Elvis Presley oder die Rolling Stones, sorgten dafür, dass der Rock'n'Roll auch nach Deutschland kam. Viele deutsche Bürger, besonders Jugendliche, konnten sich durch die politisch sehr angespannten Phasen in dieser Zeit, mehr mit dem rebellischen Charakter der Rock'n'Roll Musik identifizieren. Dies hatte zur Folge, dass der gute, alte Schlager vorerst aus der Musikwelt und den Köpfen der Deutschen verdrängt wurde.⁴⁶

Doch in den 70er Jahren bekam das Genre einen großen Aufschwung. Durch die zunehmende Verbreitung von Fernsehgeräten, entstanden musikalische Sendungen, wie die ZDF-Hitparade und brachten dem Schlager neuen Erfolg. Stars der ersten Stunde waren unter anderem Jürgen Drews und Peter Maffay sowie Roland Kaiser und Katja Ebstein.



Abbildung 4: Roland Kaiser mit dem Moderator Dieter Thomas Heck

⁴⁶ Vgl. Schlagerplanet.com., Schlager-Geschichte: So begann der Erfolg

Doch bei diesem Höhenflug ist es vorerst nicht geblieben. In den 80er Jahren hat der deutsche Schlager erneut einen starken Niederschlag verkraften müssen. Die sogenannte „Neue Deutsche Welle“ und auch zahlreiche englischsprachige Lieder kamen in Deutschland auf und zogen dadurch wieder viele Deutsche und auch zahlreiche Schlagerfans in deren Bann.

Doch in den 90er Jahren gab es in der Bundesrepublik Deutschland, aufgrund einer aufkommenden Beliebtheit der Retrowelle, ein großes Schlager-Comeback.⁴⁷

„Mit Unterstützung von Guido Horn und Dieter Thomas Kuhn erhielt der deutsche Schlager deutlich mehr Prestige. Immer häufiger wurden Schlager im Radio oder TV gespielt: Der unter dem heutigen Namen bekannte „Eurovision Song Contest“ war einst Sinnbild für das beliebte Format deutscher Schlager.“⁴⁸

4.3.2 Der deutsche Schlager heute

Der große Durchbruch kam mit der Jahrtausendwende. Seit den 2000ern nahm zusätzlich die Popmusik großen Einfluss auf den Schlager und aufgrund dessen wurde der „Pop-Schlager“ geboren. Auch Künstler wie Michael Wendler, Helene Fischer und Andrea Berg konnten die modernen Rhythmen komplett ignorieren. Elektronische Beats und eingängige Melodien unterscheiden die Titel des deutschen Schlager heute von der damaligen Zeit. Besonders zu erwähnen ist vor allem die Veränderung innerhalb der Fan-Gemeinde. Noch in den 80er und 90er Jahren wurde vorrangig das ältere Publikum vom Schlager begeistert. Heute bekennen sich vor allem viele junge Leute zur Musik und identifizieren sich mit der deutschen Musik. Doch nicht nur das: Auch auf zahlreichen Festen oder in Clubs und Discotheken sind deutsche Schlager beliebt und nicht mehr wegzudenken.

In der Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ erlebt das Publikum eine bunte Mischung von Schlagertiteln. Von „ein bisschen Frieden“ von Nicole, der bereits im Jahr 1982 entstand, bis hin zu „Genau wie du“ von der Schlager-Boygroup namens Feuerherz, gegründet im Jahre 2014, genießt das Publikum während der Sendung Titel für jung und alt. Auch bekannte Sänger, wie Buddy, der mit seinem Hit

⁴⁷ Vgl. Paradisi.de, Volksmusik und Schlager

⁴⁸ Vgl. Schlagerplanet.com., Schlager-Geschichte: So begann der Erfolg

„Hey ab in den Süden“ noch heute für Urlaubsstimmung sorgt oder Thomas Anders, der die alten Zeiten wieder aufleben lässt, unterhalten das Publikum bestens.



Abbildung 5: Die Schlager-Boygroup Feuerherz

4.4 Die Gesprächsinhalte

Die Schlagershow mit Ross Antony besteht natürlich nicht nur aus Musik, Tanz und Gesang. Auch kurze Interviews sind ein wichtiger Bestandteil und geben dem Publikum neue Informationen über den Künstler. Sie sind sozusagen ein zusätzlich unterhaltsamer Part in der Gesamtsendung mit einer informierenden Funktion, genannt Talk.

„Talk, das Plaudern ohne definierten Zweck,[...]“⁴⁹ In den Talkphasen geht es viel weniger darum, bestimmte Themen und Meinungen zu erörtern oder zu analysieren. Es steht vielmehr die Person selbst im Fokus sowie ihre Biographie, momentane Aktivitäten, Erfahrungen und Interessen. Kurze Talkphasen, die in eine Unterhaltungsshow eingebettet sind, geben dem Zuschauer das Gefühl dem Gast oder Künstler näher zu kommen, aufgrund von neu erlangten Informationen aus dem privaten Leben derer. Doch auch wenn ein kurzweiliger Talk zunächst spontan und locker scheint, was durchaus so gedacht ist, um es nicht steif oder abgelesen für das Publikum wirken zu lassen, steckt doch mehr dahinter.

⁴⁹ BURGER, HARALD: Das Gespräch in den Massenmedien

Der Moderator oder Journalist befragt den Gast nicht einfach nach Dingen, die ihm gerade in den Kopf kommen. Tage bevor die Aufzeichnung beginnt informiert er sich über jeden Einzelnen und überlegt sich vorher genau:

- zu welchem Thema der Interviewte Auskunft geben soll,
- welche Aspekte dabei herausgehoben werden sollen,
- wie der Interviewte dazu gebracht werden kann, mehr als leere Floskeln und Bemerkungen von sich zu geben,
- was die Zuschauer an dieser Person oder am Thema besonders interessieren würde.

Zudem muss natürlich beachtet und abgesprochen werden, welche Vorgaben im Vorfeld von der leitenden Redaktion gemacht wurden, was Thema und vor allem Länge des Interviews betrifft. Zusätzlich sollte der Moderator außerdem genau bedenken, was für die Öffentlichkeit von Interesse ist und welche Fragen eher ein „Tabu-Thema“ darstellen.⁵⁰

In der Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ werden die Sänger ebenfalls befragt und es finden kleine „Plaudereien“ statt. „Ross spricht pro Ausgabe mit mindestens einem Künstler. Hier wird es nicht immer um das brandneue Album gehen (können). Vielleicht gibt es inhaltliche Anknüpfungspunkte (so könnte man in der Sommerausgabe über Urlaubs-Lieblingsplätze plaudern...).“⁵¹

Im Allgemeinen besteht die Sendung natürlich zum Großteil aus lebhafter Musik, guter Partystimmung und tollen Künstlern. Doch „kurze Interviews, in denen vielleicht auch eine aktuelle CD in die Kamera gehalten werden darf, lockern das Musikprogramm auf.“⁵²

⁵⁰ Vgl. Fichtel, Katrin (Hrsg. Deutscher Fachjournalisten-Verband e.V.): Journalistische Methoden II – Teil I

⁵¹ Vgl. Internes Konzept aus dem Jahr 2014

⁵² Vgl. Internes Konzept aus dem Jahr 2014

4.5 Das Marketing

Damit der folgende Teil besser nachvollzogen werden kann, folgt zunächst eine Veranschaulichung bzw. ein Mind-Map, die das Schema und die einzelnen Marketingwege zusammengefasst darstellen. Um herauszufinden, wie das Marketing der Show im Groben funktioniert, wurde im Vorfeld ein persönliches Interview mit Antje Pohle geführt. Sie kennt sich in diesem Bereich besonders gut aus, da sie sich mit ihrem Unternehmen „Plan A Kommunikation“ im Auftrag der Saxonia Entertainment GmbH um das Publikumsmarketing/ PR kümmert.

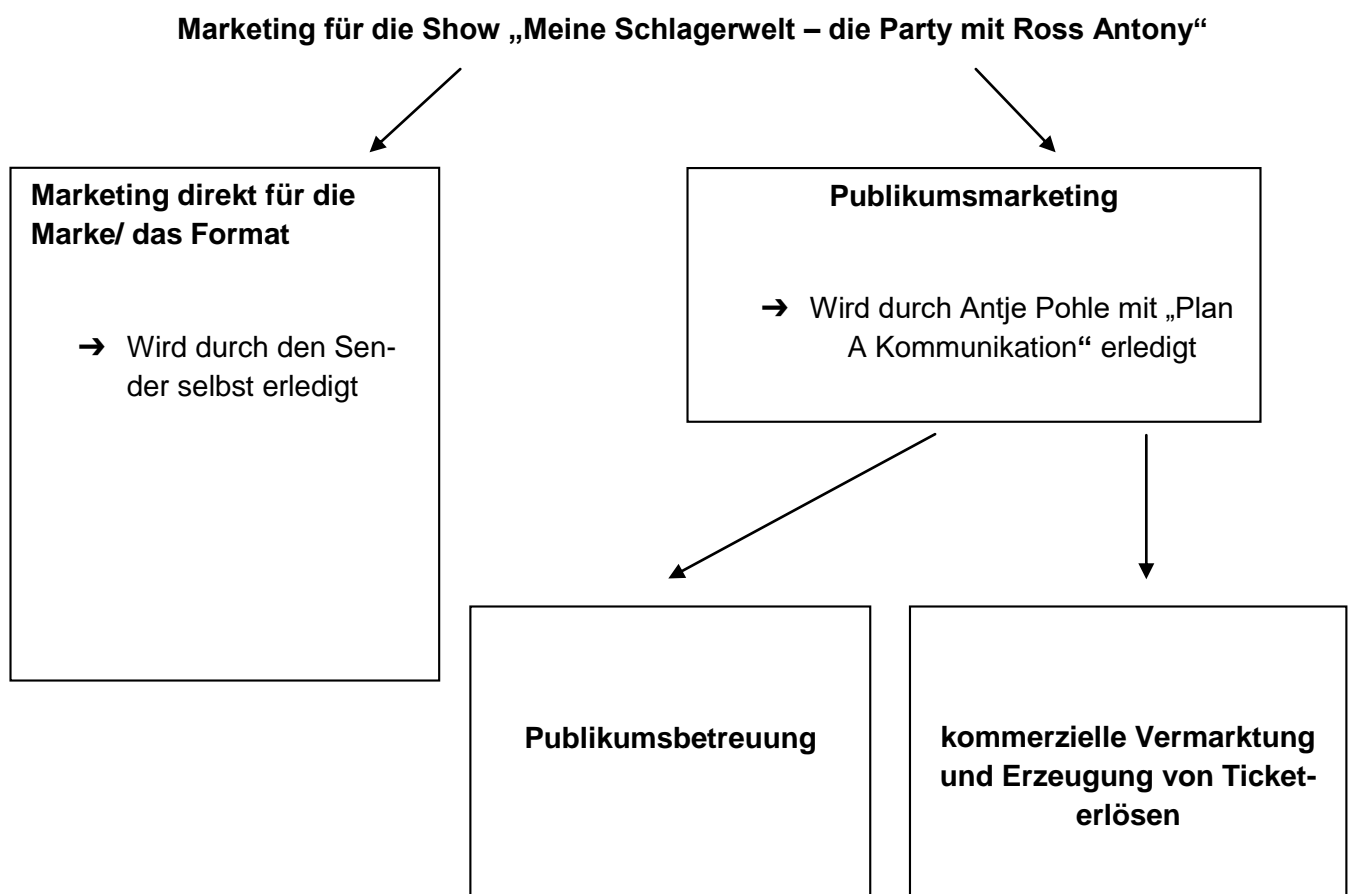


Abbildung 6: Konzept Marketing

Das Marketing direkt für die Sendung wird durch den Sender, dem Mitteldeutschen Rundfunk, selbst durchgeführt. Wie dies funktioniert, lässt sich generell am Marketingkreislauf nachvollziehen.

Dieser Kreislauf besteht aus insgesamt fünf Stationen oder auch Phasen genannt. Im Folgenden werden die Inhalte innerhalb der Phasen näher erläutert.⁵³



Abbildung 7: Marketing-Kreislauf

6. Analysephase – Wo stehen wir?

In diesem Schritt geht es darum, die aktuelle Situation des eigenen Unternehmens zu analysieren und die Möglichkeiten und Probleme zu identifizieren. Um das zu erreichen, wird zum einen das Unternehmen selbst, als auch der dazu gehörige Markt, zu dem unter anderem auch die Konkurrenten gehören, analysiert. Am Ende wird eine Gegenüberstellung von eigenen Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken geschaffen.

7. Strategiephase – Wo wollen wir hin?

Nachdem die aktuelle Situation des Unternehmens auf dem Markt erforscht wurde, müssen die genauen Marketingziele festgelegt werden. Man muss sich im Klaren sein, welche Ziele für das Unternehmen oder das Produkt im Vordergrund stehen sollen. Die können sowohl quantitativ als auch qualitativ sein.

⁵³ Vgl. betriebswirtschaft-lernen.net, Fünf Phasen eines Marketingkonzeptes

Zu quantitativen Zielen zählen beispielsweise Umsatzzahlen oder der Absatz, den man erreichen will. Zu qualitativen Zielen zählen Dinge wie Kundenzufriedenheit oder das Image nach außen.

8. Gestaltungsphase – Was können wir unternehmen?

Basierend auf Phase 2 sollte jetzt ein theoretisches Konzept mit Maßnahmen zur Umsetzung erstellt werden. Dazu werden Strategien definiert, die bestimmen, welche Märkte genutzt werden sollen und wie man sich gegenüber Kunden und der Konkurrenz verhalten möchte

9. Realisierungsphase – Welche Maßnahmen ergreifen wir?

Für eine bestmögliche Umsetzung der gesetzten Ziele orientiert sich das Unternehmen an den sogenannten „4 P's“. Diese ergeben im Einklang miteinander einen Marketing-Mix.⁵⁴

Zu den „4 P's“ zählen

- Product - Die Produktpolitik
(Definition und Gestaltung des Produktes, um die Zufriedenheit der Kunden zu gewinnen),
- Price – Die Preispolitik
(Definition des Produktpreises, so dass der Kunde diesen akzeptiert und das Produkt wettbewerbsfähig macht),
- Promotion – Die Kommunikationspolitik
(Dient zur Bestimmung, wie auf die Produkte aufmerksam gemacht und der Kunde zum Kaufen animiert wird. Z.B. durch Werbung, Öffentlichkeitsarbeit oder Messen),
- Place – Distributionspolitik

⁵⁴ Vgl. Omkt.de, Was ist der Marketing-Mix?

(Definiert den Vertrieb des Produktes und auf welchen Wegen es auf den Markt bzw. zum Kunden gelangt).

5. Kontrollphase – Sind wir angekommen?

In dieser Phase wird nochmals die aktuelle Situation neu analysiert und mit der ursprünglichen Verglichen. Wurden gesetzte Ziele und Maßnahmen erreicht? Gibt es neue Stärken oder Schwächen? Müssen gewisse Dinge verändert oder Innovationen geschaffen werden? All diese Fragen sollten in der letzten Phase, der Kontrollphase, gestellt und beantwortet werden.

Die andere Seite des Systems ist das Marketing in Bezug auf das Publikum. Das wird im Auftrag der Saxonia Entertainment GmbH durch Antje Pohle generiert. Sie ist erfahren in diesem Berufsfeld, da sie eine Vielzahl von weiteren MDR-Sendungen in dieser Hinsicht betreut. Das Publikumsmarketing splittet sich nochmal in zwei unterschiedliche Bereiche:

Publikumsbetreuung

Darunter zählt die Organisation für einen geregelten und ruhigen Einlass, die Überprüfung der Security und Sicherheitskräfte, die Platzierung des Publikums oder der gebuchten Kleindarsteller und die Organisation von Komparsen unter Anweisung der Regie.

Kommerzielle Vermarktung und Erzeugung von Ticketerlösen

Hierbei muss der Kartenverkauf ins Ticketsystem eingliedert und die Karten zielgruppenorientiert, durch den passenden Distributionsweg, vermarktet werden. Zudem sollten Fotos, Informationstexte und Preise in Absprache mit der Produktionsfirma und dem Sender bestimmt werden.

Die Vermarktung der Show geschieht vor allem über das Internet. „Ross Antony ist ein junger Künstler und hat demzufolge auch noch relativ junge Fans. Diese halten sich besonders in Plattformen wie Facebook auf.“⁵⁵

Aber auch der klassische Weg wird nicht ausgelassen, denn Artikel in der Leipziger Volkszeitung oder Bild-Zeitung sind stets präsent. „Für die erste Sendung der Musik-

⁵⁵ Antje Pohle, in einem persönlichen Interview

show mit Ross habe ich in meinem Zuschauerverteiler geworben, dass man sich kostenlos die Aufzeichnung im Eventpalast anschauen kann.

Mittlerweile werden Tickets für die Show verkauft, die bis jetzt jedes Mal ausverkauft waren.⁵⁶ Zusätzlich wurde ein Online-Portal eingerichtet, welches sich rund um das Genre Schlager dreht. Das Online-Portal Meine-Schlagerwelt.de ist mittlerweile eine eigenständige Marke geworden, die Neuigkeiten und Informationen zu den beliebten Schlagersendungen- und Stars mit den Zuschauern teilt. „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ war die Basis und der Anfang des Aufbaus für die Marke.



Abbildung 8: Meine-Schlagerwelt.de

⁵⁶ Antje Pohle, in einem persönlichen Interview

5 Pressebeiträge und Zuschauermeinungen

Eine große Rolle für den Erfolg spielen natürlich die Meinungen der Öffentlichkeit, insbesondere des Pressespiegels und der Zuschauer, die die Sendung konsumieren. Sie sind sozusagen die Jury, die die Quote beeinflusst und entscheiden, ob das Konzept Aussicht auf eine weitere Produktion besitzt. Im folgenden Kapitel werden Pressebeiträge, die durch das Pressearchiv des Mitteldeutschen Rundfunk herausgefiltert wurden und direkte Kommentare und Meinungen der Zuschauer genauer analysiert.

5.1 Auswertung der Pressebeiträge

Hierzu wurden zunächst Pressebeiträge mit Hilfe des MDR-Pressearchives herausgesucht. Der folgende Teil soll zeigen, welche Wertung die Presse bzgl. zu der Show veröffentlicht.



Abbildung 9: Artikel aus der Dresdner Morgenpost vom 02.03.2017

Der Artikel sieht auf den ersten Blick sehr ansprechend und freundlich aus. Zu sehen ist der Moderator Ross Antony neben einem seiner Showgäste, Marc Pircher. Beide blicken zufrieden und ausgelassen in die Kamera und vermitteln den Eindruck einer guten Bekanntschaft. Die Bildunterschrift „Zwei, die sich mögen und verstehen[...]“ wird dieser Aspekt bestätigt. Des Weiteren ist die Band „Die Seer“ zusammen mit „Les Humphries Singers“ deutlich zu erkennen. Auch sie wirken ausgelassen und vermitteln dem Leser Spaß an der Musik und eine tolle Partystimmung. Der Titel „Ross Antony bittet zur Party“ ist eindeutig und gut sichtbar zu lesen und sagt nur wenig über den Inhalt des Artikels aus. Jedoch vermittelt die Aufschrift keine negativen Schlagzeilen oder Wertungen.

Besonders der Kontrast und die Sättigung der Farben stechen ins Auge. Der Artikel wirkt sehr bunt, farbenfroh und fröhlich, ähnlich wie das Image der Show „Meine Schlagerwelt -- die Party mit Ross Antony“. Dadurch wird beim Leser bereits vor Beginn des Lesens ein entspannter und positiver Eindruck des Artikels hinterlassen.

„Wenn ein Moderator gute Laune verbreiten kann, dann ist das Ross Antony (42). Und morgen um 20.15 steigt sie wieder, seine mächtig gewaltige Schlagerparty im MDR-Fernsehen aus dem Eventpalast Leipzig.“⁵⁷ Bereits die ersten Zeilen klingen nach einer positiven Wertung der Show. Auch im weiteren Verlauf des Artikels verfällt diese nicht ins Negative. Besonders der Moderator wird gelobt, weil er mit seiner quirligen und schlagfertigen Art nicht nur die Zuschauer, sondern auch seine Gäste und Schlagerkollegen unterhält. Im Ausblick verrät der Artikel, welche weiteren, tollen Künstler die Show bereichern werden.

Der zweite ausgewählte Artikel, vom 16. Februar 2016, scheint zunächst nicht allzu positiv zu klingen. Wenige Tage zuvor fanden gerade die Aufzeichnungen für alle fünf Folgen der neuen Staffel für das Jahr 2017 statt. Der Titel „Nee oder? Bei Ross Antony ist jetzt schon wieder Weihnachten?“ klingt für den Anfang erst einmal nicht sehr überzeugend und erfreulich. Das Titelbild des Artikels lässt ebenfalls eher auf eine Panne oder unangenehme Situation schließen, aufgrund der Mimik vom Moderator

⁵⁷ Malzdorf, Stephan: Ross bittet zur Party, in: Dresdner Morgenpost

KLATSCH-TRATSCH.DE



Nee, oder? Bei Ross Antony ist jetzt schon wieder Weihnachten!



Für diese Jahreszeit ungewöhnliche Bilder erreichten uns von unserem Lieblings-Exil-Britten **Ross Antony**. Der singende Strahlemann wurde gestern im **Weihnachtsmann-Kostüm** gesichtet und wir von klatsch-tratsch.de wollten flugs wissen, was er denn zu sich genommen hatte. Des Rätsels Lösung ist banal....



Abbildung 10: Artikel von klatsch-tratsch.de vom 16.02.2017

Doch der Schein trügt. Liest man den Artikel weiter, findet der Leser heraus, dass es sich dabei lediglich um die Vorproduktion der Weihnachtssendung für das Jahr 2017 handelt.

„Das ist auch gar nicht so einfach, denn die verschiedenen Sendungen werden nicht etwa in zusammenhängender Reihenfolge aufgenommen, sondern im Laufe des Produktionstages werden verschiedene Teile aufgenommen, die später dann zusammen-

geschnitten werden.“⁵⁸ Das erklärt so Einiges. Am Ende des Artikels wird ebenfalls nochmal deutlich gemacht, wie stolz Ross Antony ist, dass seine Schlagershow mittlerweile zum dritten Mal produziert wird.



(c) MDR / Tom Schulze

- © Foto: MDR / Tom Schulze -

DAUN, 01.03.2017 - 10:31 Uhr

DIGITAL-TV - PROGRAMME **Ross Antony**
präsentiert fünf neue Shows
„Meine Schlagerwelt“ in 2017

Der Mitteldeutsche Rundfunk startet am 3. März, um 20.15 Uhr die erste von insgesamt fünf neuen Sendungen „Meine Schlagerwelt – Die Party mit Ross Antony“ auf dem Programmplatz des MDR Fernsehsenders. „Eine neue Party ist wie ein neues Leben“, singt der quirlige Entertainer Ross Antony auch in diesem Jahr zu Beginn seiner Show und lädt die Zuschauer damit zu einer 90-minütigen Schlager-Party zum Mitsingen und Mittanzen ein.

Abbildung 11: Artikel von infosat.de vom 01.03.2017

Auch der nächste aktuellere Beitrag ist durchweg positiv. Bereits das Titelbild vermittelt den Eindruck, dass Ross Antony ein sympathischer Moderator ist und seinem Publikum und Showgästen eine tolle Schlagerparty verspricht. Im Text werden vor allem die

⁵⁸ Klatsch-und-tratsch.de, Nee, oder? Bei Ross Antony ist jetzt schon wieder Weihnachten!

großen Stars der Szene erwähnt, die in der ersten Folge der Staffel zu sehen sein werden. Größen, wie DJ Ötzi, Maite Kelly oder Beatrice Egli, werden genannt und vermitteln so den Eindruck, dass auch diese beliebten Stars gern zur Schlagerparty mit Ross Antony ihre Performance präsentieren.

Ein letzter gewählter Artikel fällt ebenfalls durchweg anerkennend gegenüber dem Moderator und der Show aus.

Ross Antony: „Meine Schlagerwelt“ geht in die 3. Runde!



Nach dem großen Erfolg der ersten Ausgaben von „Meine Schlagerwelt – Die Party mit Ross Antony“ gibt es nun Nachschlag für alle Schlagerliebhaber, denn 2017 geht die Show bereits in die dritte Runde. Jetzt gab der MDR die Künstler bekannt, die bei Gastgeber Ross Antony im Leipziger Event-Palast bei den bereits ausverkauften Aufzeichnungen zu Gast sein werden.

Wieder wird hervorgehoben, dass mittlerweile die dritte Staffel der Sendung produziert wird. Es wird darauf hingewiesen, dass bereits die erste Ausgabe der Schlagersendung ein voller Erfolg gewesen sei. Besonders die gute Mischung der Künstler werden im Artikel gelobt.

Es heißt: „Die Auswahl der Künstler garantiert an beiden Tagen für eine erstklassige Musik-Mischung und jeweils einen bunten Abend mit aktuellen Hits, Partykrachern, Coversongs und Schlagerevergreens. Zusammen mit Ross Antonys sympathischer und flippigen Art werden es sicherlich wieder perfekte Schlagerparties!“⁵⁹ Im Artikel ist zu lesen, dass es erneut perfekte Parties geben wird. Das bedeutet, dass die Sendungen davor bereits erfolgreich angenommen wurden.

5.2 Auswertung der Zuschauermeinungen

Da Ross Antony noch ein recht junger und vor allem jung gebliebener Künstler und Moderator ist, sind viele seiner Fans und Zuschauer besonders in den Sozialen Netzwerken zu finden. Doch auch das Marketing der Show nutzt diese sozialen Netzwerke ausgiebig. Um herauszufinden, wie das Publikum auf seine Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ reagiert, wurde im Vorfeld einer der größten Social Media Plattformen gewählt, auf der Ross besonders aktiv ist. Das ist in diesem Fall das Netzwerk Facebook. Doch nicht nur die Fanseite des Moderators wird beleuchtet, sondern auch das Facebook-Profil der Marke „Meine Schlagerwelt“.

Am 28. September 2016 postete das Portal „Meine Schlagerwelt“ auf Facebook eine Ankündigung für eine neue Folge der Show. Es wurde mitgeteilt, welche Stars das Publikum überraschen werden sowie wann und wo die Sendung ausgestrahlt wird. Zusätzlich wurde ein Video hochgeladen, welches Ross Antony in der Menschenmenge zeigt. Er bereitet sein Publikum nochmal auf die tolle Party vor und wiederholt die Sendezeit der Ausstrahlung mit einer fröhlichen, ausgeglichenen Moderation. Zwischendurch werden Ausschnitte der Party gezeigt, die den Zuschauer neugierig auf die Schlagersendung machen und eine ausgelassene Stimmung vermitteln.

Beachtet man die untere Leiste des Bildes sind erste Reaktionen auf diesen Post eindeutig erkennbar. Ein Daumen hoch, ein Herz und ein überraschter Smiley zeigen, dass die Zuschauer sich bereits auf die Sendung freuen. Über 22.000 Mal wurde das Video bereits geklickt und 123 Mal wurde es vom Publikum auf Facebook geteilt, um andere Freunde an der Vorfreude teilhaben zu lassen.

.

⁵⁹ Schlager.de, Ross Antony: Meine Schlagerwelt geht in die 3. Runde!



Abbildung 12: Reaktionen auf einen Post vom 28.09.2016

Sieht man sich die Kommentare genauer an wird klar, dass Ross und seine Schlagerparty von den Zuschauern geliebt werden. Nachrichten wie „Wow lieber Rossy, wir freuen uns schon darauf, bis bald“ oder „Was gibt es besseres als eine Sendung von Rossy“⁶⁰ beweisen, dass die musikalische Schlagersendung beliebt und gemocht wird. Auch der Aspekt, dass das Social-Media-Team der Seite auf Kommentare reagiert, ist positiv zu bewerten und gibt den Fans das Gefühl von Anerkennung.

⁶⁰ Facebook, Meine Schlagerwelt, vom 28.09.2016



Abbildung 13: Kommentare zum Facebook-Post vom 28.09.2016

Wirft man einen Blick auf Ross' eigene Fanseite, sehen Beiträge und Reaktionen ähnlich aus. Am 24. Februar 2017 postete der Sänger, Entertainer und Moderator eine Ankündigung für seine Show, die am 03. März um 20:15 Uhr im MDR-Fernsehen zu sehen war. Als kleinen Bonus wurde ein Foto von ihm hochgeladen, welches ihn in offener und glücklicher Pose auf der Bühne des Eventpalastes zeigt. Es vermittelt vor allem den Eindruck von Herzlichkeit und Unbeschwertheit. Auch die Reaktionen darauf sind durchweg bemerkenswert. Mehr als 800 Personen haben entweder mit einem Daumen hoch, einem Herz oder einem überraschten Smiley auf den Beitrag reagiert. Und genau 44 Mal wurde der Post weiter verbreitet.



Abbildung 14: Facebook-Post von Ross Antony vom 24.02.2017

Auch schriftliche Reaktionen kamen wieder einmal nicht zu kurz. Kommentare wie „ich freue mich schon sehr darauf, lass ich mir nicht entgehen“ oder „Jaa er ist schon in der Zeitung markiert. Und ich freue mich schon sehr darauf“⁶¹ zeigen, dass die Zuschauer und Fans keine Sendung verpassen und den Moderator und seine Show beim Erfolg gerne unterstützen. Emojis wie Küsse, Kleeblätter oder Herzen stehen dafür, dass die Fans Ross mögen und ihm Glück und Erfolg wünschen.

⁶¹ Facebook, Ross Antony, vom 24.02.2017

Im Allgemeinen sind bisher weder beleidigenden oder kritisierenden Beiträge, noch negative oder herablassende Kommentare auf Facebook über die Show veröffentlicht worden.



Abbildung 15: Kommentare zum Post von Ross Antony vom 24.02.2017

6 Fazit und zukünftiger Ausblick

Allgemein lässt sich sagen, dass die Show „Meine Schlagerwelt – die Party mit Ross Antony“ sehr beliebt sowohl bei den Zuschauern, als auch bei den Gästen innerhalb der Sendung, ist. Diese Arbeit zeigt, dass bereits von Beginn an der richtige Zeitpunkt gewählt wurde, um dieses Format zu konzipieren. Der neue Trend, dass Schlager mittlerweile junge und ältere Menschen begeistert und mit neuen, modernen Rhythmen die Charts erobert, hat der Sendung von Beginn an geholfen erfolgreich zu laufen. Sicherlich spielt der flippige und beliebte Moderator Ross Antony eine große Rolle. Er ist das Aushängeschild der Sendung und begeistert seit je her viele Fans der Schlagerszene. Auch die bunte Mischung der Künstlerauswahl bringt Abwechslung und Vielfalt.

Doch an erster Stelle der Erfolgsfaktoren stehen vorerst nicht die Sänger und Entertainer, die in jeder beliebigen Show ebenfalls ihre Performance meistern, sondern das Konzept dahinter. Nachdem, laut Redakteur Peter Ringleb, die Saxonia Entertainment GmbH durch den Mitteldeutschen Rundfunk quasi gezwungen wurde, die zweite Staffel der Show auf 90 Minuten pro Sendung zu erhöhen, begann eine weitere Erfolgssträhne. Das sogenannte „Baukastensystem“ entstand und entwickelte die Sendung um Einiges weiter. Doppelt so viel Inhalt für das gleiche Budget zu produzieren ist eine wahrlich bemerkenswerte Leistung und sichert bis heute den Sendeplatz im Programm des Mitteldeutschen Rundfunks. Das Archivmaterial der vorherigen Sendungen zu nutzen, um die weiteren Staffeln so kostengünstig wie möglich zu produzieren, macht es der Produktionsfirma möglich eine gleichbleibende, gute Qualität zu liefern. Bereits andere Regionalsender sind, laut der Geschäftsführerin Edda Kraft, an einer Koproduktion mit der Saxonia Entertainment interessiert, um selbst eine ähnliche Show mit diesem kostensparenden Konzept zu entwickeln und zu produzieren.

Zusätzlich bietet die Show im Eventpalast in Leipzig die perfekte Plattform für junge Newcomer, um sich in der Schlagerszene zu beweisen. Laut dem Redakteur Peter Ringleb senden viele dieser jungen Künstler Demo-Versionen zu, um einen Auftritt in der Show zu bekommen. Das zeugt vor allem von großer Beliebtheit auch unter den Musikern und hält die Show zusätzlich am Leben. Denn würden viele der bereits wiederkehrenden Gäste keine Lieder performen wollen, so wäre die Show für den Zuschauer weniger vielfältig und unterhaltsam.

Ein weiterer Faktor für den Erfolg der Sendung ist natürlich auch das Marketing. Dies zeichnet sich durch Crossmedialität aus und vereint so mehrere Distributionswege. Egal ob eine Klasse Anzeige in der Leipziger Volkszeitung oder ein Facebook-Beitrag mit kurzem Video, aller Altersgruppen werden erreicht, um möglichst viele Zuschauer zu gewinnen. Durch das Zusammenspiel, mit Hilfe des unterhaltsamen Inhalts der Sendung, werden so stets zufriedenstellende Quoten erreicht, die sehr oft im zweifelhaften Bereich liegen. Zum Beispiel erreichte die letzte Sendung der zweiten Staffel im Jahr 2016 erfolgreich eine Quote von 11,5% im Sendegebiet des Mitteldeutschen Rundfunks (siehe Anhang 8 „Quote letzte Sendung der zweiten Staffel“).

Der Aspekt, dass der Sender selbst ebenfalls Nutzen aus dem Material der Sendung zieht, unterstützt die fortlaufende Produktion zusätzlich. Das hohe Maß an der Wiederholbarkeit der Inhalte nutzt der MDR, um z.B. gesungene Titel in andere Sendungen einzubauen. Im Gegenzug darf die Saxonia Entertainment das Archivmaterial alter Sendungen kostenfrei nutzen. Das ist nicht selbstverständlich, denn in der Regel liegen nach Übergabe des Materials alle Rechte beim Sender. So müsste die Produktionsfirma dem nach eigentlich für die erneute Nutzung alter Aufnahmen bezahlen. Doch als Tochterfirma des Mitteldeutschen Rundfunks wurde eine kostengünstigere Regelung gefunden, welches dem zur Verfügung gestellten Budget der Saxonia Entertainment GmbH zu Gute kommt.

Zusammenfassend kann man sagen, dass im Vordergrund das ausgeklügelte Konzept hinter der Sendung die fortführende Produktion, im Laufe der letzten drei bis vier Jahre, stark unterstützt hat. Doch das Zusammenspiel von neuer Schlagerwelle, erfahrenen Teammitgliedern, alten, bekannten und neuen, jungen Künstlern, sowie das moderne Marketing und die liebenswerte, authentische Art des Moderators sorgen ganzheitlich für den Erfolg der Show.

Mittlerweile ist schon die Produktion der nächsten Staffel für das Jahr 2018 in Planung, was beweist, dass das Format noch immer gern geschaut wird. Ein weiteres interessantes Thema wäre noch ein Vergleich zwischen dieser und einer anderen Schlagershow, die momentan erfolgreich im Fernsehen zu sehen ist.

Literaturverzeichnis

Ard.de: „Übertragungswagen“, unter:

[http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-](http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Uebertragungswagen__Ue_Wagen_/466950/index.html)

[ard/Uebertragungswagen__Ue_Wagen_/466950/index.html](http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Uebertragungswagen__Ue_Wagen_/466950/index.html) , Zugriff am 12.05.2017

Betriebswirtschaft-lernen.net: „Fünf Phasen des Marketingkonzeptes“, unter:

[http://www.betriebswirtschaft-](http://www.betriebswirtschaft-lernen.net/erklaerung/marketingkonzept/#Fuenf_Phasen_eines_Marketingkonzeptes)

[lernen.net/erklaerung/marketingkonzept/#Fuenf_Phasen_eines_Marketingkonzeptes](http://www.betriebswirtschaft-lernen.net/erklaerung/marketingkonzept/#Fuenf_Phasen_eines_Marketingkonzeptes) ,

Zugriff am 23.05.2017

Bpb.de: „Prominent – Entstehung, Erscheinung, Darstellung“, unter:

<http://www.bpb.de/apuz/181777/prominenz-entstehung-erscheinung-darstellung?p=all> ,

Zugriff am 04.05.2017

BURGER, HARALD: Das Gespräch in den Massenmedien. Berlin: Walter de Gruyter, 1991. 02.06.2017

Bv-produktion.de: „Produktionsleitung“, unter:

<http://www.bv-produktion.de/content/produktionsleitung> , Zugriff am 05.05.2017

Chartsurfer.de: „Atemlos durch die Nacht“, unter:

[http://www.chartsurfer.de/artist/helene-fischer/atemlos-durch-die-nacht-](http://www.chartsurfer.de/artist/helene-fischer/atemlos-durch-die-nacht-song_gcgc.html)

[song_gcgc.html](http://www.chartsurfer.de/artist/helene-fischer/atemlos-durch-die-nacht-song_gcgc.html) , Zugriff am 28.04.2017

Donaukurier: „Nina Kunzendorf kritisiert Zeit- und Kostendruck beim Fernsehen, unter:

[http://www.donaukurier.de/nachrichten/tvkino/Deutschland-Leute-Film-Nina-](http://www.donaukurier.de/nachrichten/tvkino/Deutschland-Leute-Film-Nina-Kunzendorf-kritisiert-Zeit-und-Kostendruck-beim-Fernsehen;art371377,3160631)

[Kunzendorf-kritisiert-Zeit-und-Kostendruck-beim-Fernsehen;art371377,3160631](http://www.donaukurier.de/nachrichten/tvkino/Deutschland-Leute-Film-Nina-Kunzendorf-kritisiert-Zeit-und-Kostendruck-beim-Fernsehen;art371377,3160631), Zugriff am 22.03.2017

Fichtel, Kahtrin (Hrsg. Deutscher Fachjournalisten.Verbund e.V.): Journalistische Methoden II – Teil I, Das journalistische Interview. Berlin (Mercatorius Media GmbH), 2002. 02.06.2017

HSMW, Bachelor-Studienprogramm Angewandte Medien (deutsch und englisch)

HSMW, Ordnung Praxis-und Forschungsmodul, 01.03.2014

Infosat.de: „Ross Antony präsentiert fünf neue Shows Meine Schlagerwelt“, unter:
<https://www.infosat.de/digital-tv/ross-antony-pr-sentiert-f-nf-neue-shows-meine-schlagerwelt-2017> , Zugriff am 02.06.2017

Interne Konzepte: Meine Schlagerwelt - Die Party mit Ross Antony, von 2014 bis 2015

Journalistenkolleg.de: „Fernsehmoderator“, unter:
<https://www.journalistenkolleg.de/lexikon-journalismus/fernsehmoderator> , Zugriff am 12.05.2017

Kameramann.de: „Berufe rund um die Kamera“, unter:
<http://www.kameramann.de/branche/kameramann-operator-co-berufe-rund-um-die-kamera/> , Zugriff am 12.05.2017

Klatsch-tratsch.de: „Nee oder? Bei Ross Antony ist jetzt schon wieder Weihnachten“, unter:
<http://www.klatsch-tratsch.de/2017/02/16/nee-oder-bei-ross-antony-ist-jetzt-schon-wieder-weihnachten/300996> , Zugriff am 02.06.2017

Lantzsch, Katja (2008): Der internationale Fernsehformathandel. Akteure, Strategien, Strukturen, Organisationsformen. Berlin Heidelberg New York (Springer-Verlag).

Malzdorf, Stephan: Ross bittet zur Party, in: Dresdner Morgenpost, 2017

Merkur: „Udo Wachtveitl kritisiert Zeit- und Kostendruck“, unter:
<https://www.merkur.de/tv/tatort-muenchen-udo-wachtveitl-kritisiert-zeit-und-kostendruck-zr-6255921.html> , Zugriff am 22.03.2017

Online.redakteur.biz: „Klassischer Redakteur“, unter:
<http://www.online-redakteur.biz/klassischer-redakteur> , Zugriff am 05.05.2017

Paradisi.de: „Retrowelle der 90er“, unter:
http://www.paradisi.de/Freizeit_und_Erholung/Hobbys/Musik/Artikel/22401.php#Retrowelle_der_90er , Zugriff am 01.06.2017

persönliches Interview, Uwe Süßbrich, Produktionsleiter, geführt am 26.04.2017

Peters, Birgit (1996): Prominenz. Eine soziologische Analyse ihrer Entstehung und Wirkung. Opladen (VS Verlag für Sozialwissenschaften)., 04.05.2017

Pressearchiv des Mitteldeutschen Rundfunks

Regie.de: „Garderobe“, unter:

<http://www.regie.de/berufsbilder/garderobe>, Zugriff am 12.05.2017

Regie.de: „Kameramann“, unter:

<http://www.regie.de/berufsbilder/kameramann/> , Zugriff am 08.05.2017

Regie.de: „Maskenbildner“, unter:

<http://www.regie.de/berufsbilder/maskenbildner> , Zugriff am 12.05.2017

Regie.de: „Produzent“, unter:

<http://www.regie.de/berufsbilder/produzent/> , Zugriff am 05.05.2017

Regie.de: „Szenenbildner und Filmarchitekten“, unter:

<http://www.regie.de/berufsbilder/szenenbildner-und-filmarchitekten/> , Zugriff am 08.05.2017

Regie.de: „Tonmeister“, unter:

<http://www.regie.de/berufsbilder/tonmeister/> , Zugriff am 08.05.2017

Ross-Antony.com: „Lebenslauf“, unter:

<http://www.ross-antony.com/b2b/lebenslauf> , Zugriff am 30.05.2017

Schierl, Thomas (2016): Prominenz in den Medien. Zur Genese und Verwertung von Prominenten in Sport, Wirtschaft und Kultur. Köln (Herbert von Halem Verlag).

Schlager.de: „Beatrice Egli – musikalische Anfänge im Kindesalter“, unter:

<http://www.schlager.de/news/2016/07/29/beatrice-egli-musikalische-anfaenge-im-kindesalter/> , Zugriff am 28.04.2017

Schlager.de: „Ross Antony meine Schlagerwelt geht in die 3. Runde“, unter:
<http://www.schlager.de/news/2017/01/30/ross-antony-meine-schlagerwelt-geht-in-die-3-runde/> , Zugriff am 02.06.2017

Schlagerplanet.com: „Deutsche Schlager - - wo wurd wie alles begann“, unter:
http://www.schlagerplanet.com/news/wissenswertes/kreuz-und-quer/deutsche-schlager-wo-und-wie-alles-begann_n1397.html, Zugriff am 01.06.2017

Tagesspiegel: „Mein Herz – Schlager boomt“, unter:
<http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/mein-herz-schlager-boomt-dsds-gewinnerin-beatrice-egli-liegt-im-trend-/8194316.html>, Zugriff am 28.04.2017

telefonisches Interview, Antje Pohle, PR/Marketing, geführt am 08.05.2017

telefonisches Interview, Peter Ringleb, Redakteur, geführt am 10.04.2017

Vffvg.de: „Definition von Auftragsproduktionen“, unter:
<http://www.vffvg.de/definition-von-auftragsproduktionen/> , Zugriff am 22.03.2017

WACHTEL, STEFAN: Sprechen und moderieren in Hörfunk und Fernsehen. Audio-CD.
/ Zsgest. von Reinhard Pede. Konstanz: UVK-Verlag-Ges., 2009.

Wbs-law.de: „Die Auftragsproduktion“, unter:
<https://www.wbs-law.de/die-auftragsproduktion/> , Zugriff am 22.03.2017

Welcher-beruf.de: „Fernsehmoderator“, unter:
<http://www.welcher-beruf.de/berufe/fernsehmoderator.html> , Zugriff am 29.05.2017

Xing.com: „Beleuchter“, unter:
<https://www.xing.com/campus/de/job-title/beleuchter> , Zugriff am 08.05.2017

Bildquellen:

Facebook.de/meine-schlagerwelt, Zugriff am 02.06.2017

Facebook.de/Ross-Antony, Zugriff am 02.06.2017

<http://blasmusikblog.com/wp-content/uploads/2016/03/Bildschirmfoto-2016-03-15-um-10.16.44.png> , Zugriff am 23.05.2017

<http://www.klatsch-tratsch.de/2017/02/16/nee-oder-bei-ross-antony-ist-jetzt-schon-wieder-weihnachten/300996>. Zugriff am 02.06.2017

<http://www.mdr.de/meine-schlagerwelt/welt/index.html> , Zugriff am 23.05.2017

<http://www.rtl2.de/sites/default/files/images/artikel/1100013636/rtl-2-musik-feuerherz-q-teaser-2-1349973.jpg> , Zugriff am 01.06.2017

<http://www.schlager.de/news/2017/01/30/ross-antony-meine-schlagerwelt-geht-in-die-3-runde/> , Zugriff am 02.06.2017

http://www.schlagerplanet.com/news/wissenswertes/kreuz-und-quer/deutsche-schlager-wo-und-wie-alles-begann_n1397.html , Zugriff am 01.06.2017

<https://www.infosat.de/digital-tv/ross-antony-pr-sentiert-f-nf-neue-shows-meine-schlagerwelt-2017> , Zugriff am 02.06.2017

<https://www.schlagerportal.com/cd-rezensionen/klubbb3-jetzt-gehts-richtig-los-060116>, Zugriff am 04.05.2017

Pressearchiv des Mitteldeutschen Rundfunks

...

Anlagen

Anhang 1 – inhaltlicher Ablauf für dem 16.01.2015, Folge 1, Stand 22.12.2014



FERNSEHEN

SAXONIA ENTERTAINMENT

MEINE SCHLAGERWELT - Die Party mit Ross Antony / FOLGE 1

Nr.	Typ	Kurz-Beschreibung	Einzel	Summe	Real Time
		Stand: 22.12.2014			20:15:00
1.	Pre-Opener	STANDARD: subjektive Fahrt in Richtung Kuppel (bildliche Ankündigung der Gäste)	0:00:15	0:00:15	20:15:15
2.	Ross Antony	musikalische Begrüßung (Eine neue Party ist wie ein neues Leben ...)	0:00:45	0:01:00	20:16:00
3.	Ross Antony	verbale Begrüßung, zügige Anmoderation zum ersten Interpreten	0:00:30	0:01:30	20:16:30
4.	Titel 1	TITEL 1: Beatrice Egli - "Wir leben laut"	0:03:20	0:04:50	20:19:50
5.	Ross Antony	Einführung Barkeeperin Marlies Baumer als Sidekick. Gemeinsamer Kurz-Talk über ihre Arbeit und die Getränkevorlieben von Beatrice. Anmoderation TITEL 2	0:02:15	0:07:05	20:22:05
6.	Titel 2	TITEL 2: Christian Anders „Geh nicht vorbei“	0:03:30	0:10:35	20:25:35
7.	Ross Antony	Moderation in der Zuschauermenge (<i>Einführung der Handy-Kamera-Bilder. Ross geht mit Kamera ins Publikum, übergibt sie und moderiert weiter</i>)	0:01:00	0:11:35	20:26:35
8.	Titel 3	TITEL 3: Isabel Varell - „Alla bella vita“	0:03:30	0:15:05	20:30:05
9.	Ross Antony	Kurztalk & Moderation (Bar)	0:01:30	0:16:35	20:31:35
10.	Titel 4	TITEL 4: Bernhard Brink „Tage aus Gold“	0:03:30	0:20:05	20:35:05
11.	Ross Antony	SCHLAGERDUELL mit Bernhard & Kandidat aus Publikum	0:02:30	0:22:35	20:37:35
12.	Titel 5	TITEL 5: Anita & Alexandra Hofmann "Mein Engel" (muss gekürzt werden!)	0:03:30	0:26:05	20:41:05
13.	Ross Antony	COCKTAIL DES ABENDS (<i>an der Bar: Ross guckt zu, kommentiert, fragt nach - macht aber nicht all-zuviel selber - aus Zeitproblemen!)</i>)	0:01:30	0:27:35	20:42:35

14.	Titel 6	TITEL 6: Fantasy "Darling"	0:03:30	0:31:05	20:46:05
15.	Ross Antony	Anmoderation (im Publikum)	0:00:30	0:31:35	20:46:35
16.	Titel 7	TITEL 7: Olaf Berger "Du bist mein Stern" + RESERVETITEL	0:03:30	0:35:05	20:50:05
17.	Ross Antony	BARKEEPER-Aufgabe von Marlies Baumer für Ross	0:02:30	0:37:35	20:52:35
18.	Titel 8	TITEL 8: Matthias Reim „1000 mal“	0:03:30	0:41:05	20:56:05
19.	Ross Antony	Moderation (im Publikum) - evt. auch von vorherigem Gast	0:00:20	0:41:25	20:56:25
20.	Titel 9	TITEL 9: Ross Antony "Goldene Pferde" (evt. kürzen?)	0:03:20	0:44:45	20:59:45
21.	Ross Antony	Verabschiedung	0:00:30	0:45:15	21:00:15

Anhang 2 – Studio-Ablauf für Folge 1, Datum der Aufzeichnung 13.01.2015



MEINE SCHLAGERWELT - Die Party mit Ross Antony / Folge 1

Nr.	Typ	Kurz-Beschreibung	Einzel	Summe	Real Time
		AZ: 13.01.2015			19:24:00
1.	Pre-Opener	STANDARD (erst im Schnitt)	0:00:15	0:00:15	19:24:15
2.	Ross Antony	Opener "Eine neue Party ist wie ein neues Leben"	0:00:45	0:01:00	19:25:00
3.	Ross Antony	Begrüßung	0:00:30	0:01:30	19:25:30
4.	Beatrice Egli	"Wir leben laut" + 4x Band (Drum, Key, Git, Bass)	0:03:20	0:04:50	19:28:50
5.	Ross Antony Beatrice Egli Marlies Baumer	Talk an der Bar. Lieblingsgetränk von Beatrice. Anmoderation Christian Anders	0:02:15	0:07:05	19:31:05
6.	Christian Anders	„Geh nicht vorbei“ + 4 Tänzerinnen	0:03:40	0:10:45	19:34:45
7.	Ross Antony	Moderation in der Zuschauermenge (<i>Einführung der Handy-Kamera-Bilder. Ross geht mit Handy ins Publikum, übergibt sie und moderiert Isabel Varell an.</i>)	0:01:00	0:11:45	19:35:45
8.	Isabel Varell	„Alla bella vita" + 4 x Musiker (Git, Akk, Key, Drum)	0:03:30	0:15:15	19:39:15
9.	Ross Antony Isabel Varell	Kurztalk & Moderation an der Bar	0:01:30	0:16:45	19:40:45
10.	Bernhard Brink	„Tage aus Gold" + 4 Tänzerinnen	0:03:30	0:20:15	19:44:15
11.	Ross Antony Bernhard Brink 1 Zuschauer	SCHLAGERDUELL mit Bernhard & Kandidat aus Publikum (Bei der Auflösung singt das Publikum mit)	0:02:30	0:22:45	19:46:45
12.	Anita & Alexandra Hofmann	"Mein Engel"	0:03:25	0:26:10	19:50:10
13.	Ross Antony Marlies Baumer	COCKTAIL DES ABENDS <i>an der Bar</i>	0:01:30	0:27:40	19:51:40

14.	Fantasy	"Darling"	0:03:20	0:31:00	19:55:00
15.	Ross Antony	Anmoderation (im Publikum)	0:00:30	0:31:30	19:55:30
16.	Olaf Berger	"Du bist mein Stern" + 2 x Key + 4 Tänzerinnen	0:03:30	0:35:00	19:59:00
17.	Ross Antony Marlies Baumer	BARKEEPER-Aufgabe von Marlies Baumer für Ross	0:02:30	0:37:30	20:01:30
18.	Matthias Reim	„1000 mal“ + Band	0:03:20	0:40:50	20:04:50
19.	Ross Antony Matthias Reim	Kurztalk und Anmoderation durch Matthias Reim	0:00:20	0:41:10	20:05:10
20.	Ross Antony (anderes Kostüm)	"Goldene Pferde"	0:03:20	0:44:30	20:08:30
21.	Ross Antony	Verabschiedung	0:00:30	0:45:00	20:09:00

Anhang 3 – Quoten zur Folge 1 vom 16.01.2015

Sender	Titel	Tag	Datum*	Startzeit	Dauer	MA (%)		MA (%)		MA (%)				Erw. ab 65	
						MDR-Gebiet	Mio.	Sachsen	Sachs.-Anhalt	Thüringen	Erw. 14-29	Erw. 30-39	Erw. 40-49		Erw. 50-64
MDR FS	Brisant CLASSIX	Fr	16.01.2015	18:09:50	0:42:51	12,8	0,36	13,3	9,6	14,6	1,8	0,2	12,3	12,5	18,7
MDR FS	UNSER SANDMAENNCHEN Wdh	Fr	16.01.2015	18:54:00	0:05:05	9,7	0,30	9,9	6,2	12,4	6,6	0,4	12,7	10,7	11,4
MDR FS	MDR REGIONAL	Fr	16.01.2015	18:59:44	0:30:01	18,8	0,61	21,2	12,5	20,1	2,2	1,6	20,8	19,0	26,7
MDR FS	MDR AKTUELL	Fr	16.01.2015	19:29:45	0:19:13	18,8	0,68	22,3	11,0	19,4	0,3	4,6	16,9	17,9	28,6
MDR FS	Elefant, Tiger & Co. Folge 602	Fr	16.01.2015	19:49:46	0:24:26	15,5	0,60	18,1	8,8	16,4	0,0	4,2	10,5	15,3	24,0
MDR FS	Meine Schlagswelt	Fr	16.01.2015	20:14:22	0:44:54	10,7	0,44	12,5	9,5	8,2	0,7	1,9	8,3	9,1	18,2
MDR FS	Das Magazin zum Fest der Besten	Fr	16.01.2015	20:59:16	0:44:56	10,5	0,44	11,6	9,5	9,2	0,2	0,7	7,9	7,2	19,8
MDR FS	MDR AKTUELL	Fr	16.01.2015	21:45:22	0:14:02	7,7	0,31	8,4	8,2	5,7	0,3	0,8	3,1	5,6	16,3
MDR FS	RIVERBOAT	Fr	16.01.2015	21:59:56	2:12:36	13,3	0,41	17,1	8,6	10,1	0,0	0,3	3,2	13,8	28,0
MDR FS	MDR aktuell 'Eins 30'	Fr	16.01.2015	00:12:32	0:01:30	13,6	0,24	17,4	13,0	6,0	0,0	0,0	5,9	11,4	33,5
MDR FS	Kino Royal	Fr	16.01.2015	00:14:33	0:15:27	7,2	0,11	11,0	5,4	1,6	0,0	0,0	6,7	7,0	16,5
MDR FS	Picknick im Schnee Wdh	Fr	16.01.2015	00:30:33	1:28:22	6,6	0,06	10,5	5,0	1,5	0,0	6,3	6,5	10,0	8,4
MDR FS	Ohne Papiere Wdh	Fr	16.01.2015	02:01:08	0:10:03	1,0	0,00	0,7	0,3	2,2	0,0	1,8	0,0	0,2	4,1
MDR FS	Das Andere Wdh	Fr	16.01.2015	02:11:11	0:03:24	0,4	0,00	1,0	0,0	0,3	0,0	1,1	0,7	0,0	0,5
MDR FS	MDR SACHSENSPIEGEL kompakt	Fr	16.01.2015	02:15:33	0:01:30	2,4	0,01	8,3	0,0	0,0	0,0	20,4	0,0	0,0	0,0
MDR FS	MDR SACHSEN-ANHALT HEUTE kompakt	Fr	16.01.2015	02:17:03	0:01:30	2,5	0,01	8,5	0,0	0,0	0,0	20,4	0,0	0,0	0,0
MDR FS	MDR THÜRINGEN JOURNAL kompakt	Fr	16.01.2015	02:18:33	0:01:30	2,5	0,01	8,4	0,0	0,0	0,0	20,4	0,0	0,0	0,0
MDR FS	Elefant, Tiger & Co. Folge 602 Wdh	Fr	16.01.2015	02:20:34	0:24:26	2,7	0,01	8,5	0,0	0,0	0,0	21,8	0,0	0,0	0,0
MDR FS	MDR aktuell 'Eins 30'	Fr	16.01.2015	02:45:00	0:01:30	2,8	0,01	8,7	0,0	0,0	0,0	23,3	0,0	0,0	0,0
MDR FS	TIERISCH, TIERISCH Wdh	Fr	16.01.2015	02:46:30	0:13:30	2,7	0,01	8,0	0,0	0,0	0,0	22,1	0,1	0,0	0,0
MDR SAC	MDR SACHSENSPIEGEL	Fr	16.01.2015	18:59:44	0:30:01	10,5	0,34	21,2	0,1	0,0	2,2	0,6	16,8	11,2	12,7
MDR SAN	MDR SACHSEN-ANHALT HEUTE	Fr	16.01.2015	18:59:44	0:30:01	2,9	0,10	0,0	12,3	0,0	0,0	0,9	2,3	2,4	4,8
MDR TH	MDR THÜRINGEN JOURNAL	Fr	16.01.2015	18:59:44	0:30:01	5,4	0,17	0,0	0,0	20,1	0,0	0,0	1,7	5,4	9,2

Anhang 4 – Inhaltlicher Ablauf erste Sendung 2017



FERNSEHEN

SAXONIA ENTERTAINMENT

MEINE SCHLAGERWELT - Die Party mit Ross Antony

Sendung 03.03.2017

Nr.		Sendung 01/17	Einzel	Summe	Real Time
	AZ am:	Stand: 23.01.17			20:15:00
1.		Vorspann	0:00:16	0:00:16	20:15:16
2.	15.02.	Opener "Eine neue Party ist wie ein neues Leben"	0:00:50	0:01:06	20:16:06
3.	Archiv	10:01:06 / (aus 2/16) Begrüßung, die Party geht weiter, heute mit dabei ..., los geht's mit Klubbbb3	0:01:30	0:02:36	20:17:36
4.	15.02.	Klubbbb3 "Jetzt erst recht" (+ geplante Zugabe)	0:03:30	0:06:06	20:21:06
5.	15.02.	Ross im Publikum: Danke, mit Euch habe ich heute noch etwas vor. Jetzt aber erst DJ Ötzi und Nik P.	0:00:40	0:06:46	20:21:46
6.	Archiv	10:35:20 / DJ Ötzi & Nik P - "Geboren um Dich zu lieben" (aus 1/16)	0:03:50	0:10:36	20:25:36
7.	15.02.	Ross und Marlies an der Bar. Ross: "Lustige Erlebnisse in Australien oder im letzten Jahr". Marlies, macht mit Ross einen Australien-Cocktail + kleines Geschenk aus Australien + Anmoderation Maite Kelly	0:02:30	0:13:06	20:28:06
8.	15.02.	Maite Kelly "Sieben Leben" (geplante Zugabe)	0:03:30	0:16:36	20:31:36
9.	15.02.	Talk mit Maite (an der Bar) + Verkostung Cocktail + Anmoderation Feuerherz (neutral, in Barnähe)	0:02:45	0:19:21	20:34:21
10.	15.02.	Feuerherz "Genau wie Du"	0:03:30	0:22:51	20:37:51
11.	15.02.	Kleine Aktion mit Feuerherz auf der Bühne (Heuschrecken essen, gedippt in Vegemite) + Anmoderation Beatrice Egli	0:02:30	0:25:21	20:40:21
12.	14.02.	Beatrice Egli "Federleicht"	0:03:20	0:28:41	20:43:41
13.	14.02.	<i>Beatrice Egli, eigene Überleitung zum nächsten Titel</i>	0:00:45	0:29:26	20:44:26

14.	14.02.	Beatrice Egli "n.n."	0:03:30	0:32:56	20:47:56
15.	Vor AZ am 14.	Ross und Beatrice an der Bar. Talk. Anmoderation Andy Borg	0:02:30	0:35:26	20:50:26
16.	15.02.	Andy Borg "Cara Mia" (geplante Zugabe)	0:03:30	0:38:56	20:53:56
17.	15.02.	Schlagerraten mit Andy Borg & einem Zuschauer Anmoderation Matthias Reim, aber erst A&A Hofmann	0:05:30	0:44:26	20:59:26
18.	Archiv	Anita und Alexandra Hofmann "100 000 Volt" (aus 2/16)	0:03:10	0:47:36	21:02:36
19.	Archiv	Matthias Reim "1000 Mal" (aus 1/15)	0:03:30	0:51:06	21:06:06
20.	15.02.	DJ-Pult: Ross Anmoderation Amigos	0:00:30	0:51:36	21:06:36
21.	15.02.	Amigos "Es war noch nie so schön"	0:03:30	0:55:06	21:10:06
22.	15.02.	Kurztalk mit Amigos an der Bar – Amigos-Bier aus Kolumbien (ein mit Tequila versetztes Bier) Werbung für die neue Doppel-CD "Meine Schlagerwelt - Die Party geht weiter" <i>Zusammenarbeit mit Online-Redaktion!</i> - Anmoderation Newcomer Sahra Schiffer (neutral!)	0:02:30	0:57:36	21:12:36
23.	15.02.	Sarah Schiffer "Startbereit"	0:03:30	1:01:06	21:16:06
24.	15.02.	Kurz-Talk an der Bar Anmoderation Drews + Sheer	0:02:30	1:03:36	21:18:36
25.	Archiv	Jürgen Drews "Ein Stück vom Himmel" (aus 3/15)	0:02:30	1:06:06	21:21:06
26.	Archiv	Ireen Sheer "Wie ein Feuerwerk" (aus 2/15)	0:02:30	1:08:36	21:23:36
27.	15.02.	Anmoderation / Überleitung – hat Ross auch mal auf seinem Schlageralbum gemacht...	0:00:30	1:09:06	21:24:06
28.	15.02.	Mark Pircher "Rote Lippen soll man küssen" (geplante Zugabe)	0:03:30	1:12:36	21:27:36

29.	15.02.	Moderation an der Bar mit Marlies – Anmoderation Seer&Les Humphries	0:01:00	1:13:36	21:28:36
30.	15.02.	Seer & Les Humphries Singers "Fesch Cool"	0:03:30	1:17:06	21:32:06
31.	14.02.	Anmoderation Klubbb3 – Ross im Publikum	0:00:30	1:17:36	21:32:36
32.	14.02.	Klubbb3 "nn" (geplante Zugabe)	0:03:30	1:21:06	21:36:06
33.	14.02.	Partyspiel mit Klubbb3 (endet mit Überleitung zum Titel von Ross) – mit Cannelloni stapeln	0:03:00	1:24:06	21:39:06
34.	15.02.	Ross Antony - "Freunde machen Dich stark" (anderes Kostüm)	0:03:30	1:27:36	21:42:36
35.	15.02.	Verabschiedung + Abspann	0:00:30	1:28:06	21:43:06
36.		Closer copy MDR 2017	0:00:04	1:28:10	21:43:10

Anhang 5 – Studio-Ablauf erste Sendung 2017



MEINE SCHLAGERWELT - Die Party mit Ross Antony

	Typ	Produktions-Ablauf 1	Einzel	Summe	Real Time
	Stand: 13.02.2017				19:30:00
1.	Pre-Opener	STANDARD (erst im Schnitt)	0:00:15	0:00:15	19:30:15
2.	Opener 4Tänzer	Ross Antony - "Eine neue Party ist wie ein neues Leben"	0:00:45	0:01:00	19:31:00
3.	Ross Antony	Publikum/neben Bühne: Begrüßung, Partystimmung, los geht's	0:01:30	0:02:30	19:32:30

4.	Grubertaler	"Hulapalu" + Zugabe	0:04:00	0:06:30	19:36:30
5.	Ross Antony Grubertaler	Bühne: Talk und Ansingen Thema "Sommer", Publikum singt mit! Anmoderation Jürgen Drews	0:04:00	0:10:30	19:40:30
5a.	Warm upper	Warmupper: Ross muss Weg von der Bühne zur Bar zurücklegen!	0:00:30	0:11:00	19:41:00
6.	Ross Antony Franziska Wiese	Bar: Talk mit Franziska und Anmoderation	0:02:30	0:13:30	19:43:30
7.	Franziska Wiese	"Welt der einsamen Herzen"	0:03:30	0:17:00	19:47:00
8.	Warm upper	Danke Franziska Wiese und Ansage Buddy	0:00:20	0:17:20	19:47:20
9.	Buddy Energy Dancers	Sommer-Medley + Zugabe	0:05:30	0:22:50	19:52:50
10	Ross Antony Buddy	Bar: Talk, Verkostung Mallorca-Cocktail + Anmoderation Beatrice Egli	0:02:30	0:25:20	19:55:20
11.	Beatrice Egli	"Kick im Augenblick" (eigene Tänzer)	0:03:30	0:28:50	19:58:50
12.	Ross Antony, Beatrice Egli, Zuschauer	Bühne: Schlagerduell mit Beatrice Egli und Zuschauer + Anmoderation Björn Landberg	0:05:30	0:34:20	20:04:20
13.	Warm upper	Anmoderation Nino de Angelo	0:01:00	0:35:20	20:05:20
14.	Nino de Angelo	"Bis ans Ende der Zeit"	0:03:40	0:39:00	20:09:00
15.	Nino de Angelo	Von Bühne ins Publikum: Nino de Angelo sagt Ross Antony an.	0:01:00	0:40:00	20:10:00



15a	Warm upper	Kaltansage Thomas Anders	0:00:30	0:40:30	20:10:30
16.	Thomas Anders	"Feuerwerk" (eigene Band, key, drum, git)	0:03:30	0:44:00	20:14:00
17.	Ross Antony Thomas Anders	Bar: Talk Thomas Anders Anmoderation VoXXclub	0:02:30	0:46:30	20:16:30
18.	Ross Antony	Bar: Anmoderation Anna-Carina Woitschack	0:00:20	0:46:50	20:16:50
19.	Anna-Carina Woitschack	"Ich wollte nie Dein Engel sein"	0:03:30	0:50:20	20:20:20
20.	Ross Antony, A.C. Woitschack	Bühnenrand: Talk mit Anna-Carina Woitschack	0:02:30	0:52:50	20:22:50
21.	warm upper	Ansage Klubbb3	0:00:20	0:53:10	20:23:10
22.	Klubbb3	"Lass mich Dein Herzschlag spür'n" + Zugabe	0:04:30	0:57:40	20:27:40
23.	Ross Antony Jan, Christoff, Florian	Bühne: Schlagerraten Klubbb3 + Anmoderation Beatrice Egli & Mitch Keller	0:06:30	1:04:10	20:34:10
24.	Beatrice Egli & Mitch Keller	"Jetzt erst recht"	0:03:40	1:07:50	20:37:50
25.	Ross Antony	DJ-Pult: Anmoderation Juzis	0:00:30	1:08:20	20:38:20
26.	Ross Antony	DJ-Pult: Abnahme VoXXclub, Anmoderation Nicole	0:00:30	1:08:50	20:38:50
27.	Nicole	"Fly On The Wings Of Love"	0:03:30	1:12:20	20:42:20

28.	Ross Antony, Nicole	Bar! Partyspiel mit Nicole und Nino + Anmoderation Nino de Angelo	0:03:00	1:15:20	20:45:20
29.	Nino de Angelo	"So lang mein Herz noch schlägt"	0:03:30	1:18:50	20:48:50
30.	Ross Antony, Nino	Bühnenrand: Kurztalk mit Nino + Anmoderation Sarah Jane Scott	0:02:30	1:21:20	20:51:20
31.	Sarah Jane Scott	"Was war los gestern Nacht"	0:03:30	1:24:50	20:54:50
32.	Ross Antony, Sarah J. Scott	Bühne: Kurztalk Sarah J. Scott + Anmoderation Markus	0:02:45	1:27:35	20:57:35
33.	Warm upper	Ansage Vincent Gross	0:00:20	1:27:55	20:57:55
34.	Vincent Gross	"Rückenwind"	0:03:30	1:31:25	21:01:25
35.	Vincent Gross	"Joana" + Zugabe	0:02:30	1:33:55	21:03:55
36.	Warm upper	Anmoderation Thomas Anders	0:00:30	1:34:25	21:04:25
37.	Thomas Anders	"Der beste Tag" (eigene Band)	0:03:30	1:37:55	21:07:55
38.	Thomas Anders	Bühne: Eigene Überleitung	0:00:30	1:38:25	21:08:25
39.	Thomas Anders	"Sternenregen" (eigene Band)	0:03:30	1:41:55	21:11:55
40.	Ross Antony, Thomas Anders, Zuschauer	Von Publikum auf Bühne: Schlagerduell + Überleitung zu Christian Anders	0:06:00	1:47:55	21:17:55

41.	warm upper	Ansage für Beatrice Egli	0:00:20	1:48:15	21:18:15
42.	Beatrice Egli	"Federleicht" (eigene Tänzer)	0:03:20	1:51:35	21:21:35
43.	Beatrice Egli	Bühne: Eigene Überleitung	0:00:45	1:52:20	21:22:20
44.	Beatrice Egli	"Wo sind all die Romeos" (eigene Tänzer)+Zugabe	0:03:30	1:55:50	21:25:50
44a	Warm upper	Überleitung zur nächsten Sendung	0:01:00	1:56:50	21:26:50
45.	Ross Antony	Begrüßung und Anmoderation Klubbb3	0:01:00	1:57:50	21:27:50
46.	Klubbb3	"Jetzt erst recht" + Zugabe	0:03:30	2:01:20	21:31:20
47.	Ross Antony Klubbb3	Im Publikum: Kurztalk zum Video. Anmoderation DJ Ötzi & Nik P.	0:01:30	2:02:50	21:32:50
48.	Ross Antony	Im Publikum: Anmoderation Klubbb3	0:00:30	2:03:20	21:33:20
49.	Klubbb3	"Das Leben tanzt Sirtaki" + Zugabe	0:04:30	2:07:50	21:37:50
50.	Ross Antony, Jan, Christoff, Florian	Von Publikum auf Bühne: Partyspiel + Anmoderation Ross Antony durch Klubbb3	0:03:30	2:11:20	21:41:20
50b.	Warm upper	muss Ross sich umziehen?	0:01:00	2:12:20	21:42:20
51.	Ross Antony	"Die Liebe weiß schon was sie tut"	0:03:30	2:15:50	21:45:50
52.	Ross Antony	Bühne: Verabschiedung	0:00:30	2:16:20	21:46:20

53.	warm upper	Umbau auf Weihnachts-Deko, Weihnachtsmützen im Publikum verteilen + Anmoderation Sarah Jane Scott	0:10:00	2:26:20	21:56:20
54.	Sarah Jane Scott	"Winter Wonderland"	0:02:30	2:28:50	21:58:50
55.	Ross und Sarah	Publikum, neben Bühne: Schrott-Wichteln + Anmoderation Amigos	0:02:30	2:31:20	22:01:20
56.	Ross Antony	Publikum: Anmoderation Nino de Angelo	0:00:30	2:31:50	22:01:50
57.	Nino de Angelo	"Jenseits von Eden" + Zugabe	0:04:30	2:36:20	22:06:20
58.	Ross Antony , Nino	Bar: Schrottwichteln + Anmoderation Die jungen Zillertaler	0:02:30	2:38:50	22:08:50
59.	Ross Antony	Bar: Auswertung Schrottwichteln mit Marlies	0:01:30	2:40:20	22:10:20
60.	Ross	Danke und Verabschiedung Publikum	0:01:30	2:41:50	22:11:50

Anhang 6 –Auszug aus der Stabliste vom 01.02.2017

Stabliste "Meine Schlagerwelt - Die Party mit Ross Antony"

MODERATION	Ross Antony
PRODUZENT	Saxonia Entertainment GmbH Edda Kraft
REDAKTIONSLEITUNG MDR	Peter Dreckmann
HERSTELLUNGSLEITUNG MDR	Volker Geist
REDAKTION MDR	Ines Keilholz
REDAKTION SAXONIA ENTERTAINMENT	Peter Ringleb
MUSIKREDAKTION	Matthias Eichmann
AUTOR	Jens Berger
REGIE	Matthias Gabriel
PRODUKTIONSLEITUNG MDR	Nadine Lippert
PRODUKTIONSLEITUNG SAXONIA ENTERTAINMENT	Uwe Süßbrich
REGIEASSISTENZ	Patricia Hoffmann
PROJEKTMANAGEMENT AUFNAHMELEITUNG	MEDIA ART LEIPZIG Daniel Dietrich
STUDIOAUFNAHMELEITUNG	Judith Schubert
STUDIOAUFNAHMELEITUNG ASSISTENZ	Alexandra Dorn Andrea Ungethüm Anne Kolberg

Die hier angegebenen Kontaktdaten können aus privatrechtlichen Gründen nicht gezeigt werden.

1973 113

Projektmanagement	Daniel Dietrich	0172 - 5802123	Seite 5 von 19
Produktionsleitung	Uwe Süßbrich	0170 - 8175659	Änderungen vorbehalten

SAXONIA ENTERTAINMENT

Anhang 7 – Deckblatt einer MDR-Kalkulation

Kalkulation

mdr

Stand: bitte Datum eingeben

Entstehungsart: Auftragsproduktion

Produktionsverfahren:

telemedienkostenrelevant:

Verbreitungsgebiet:

Produktionsleitung

Szenenbild

Kamera

Moderation

Projekt / Titel

Produktionsnummer

Sendetermin

Länge pro Sendung [in Min.] Anzahl Sendungen: Zeit:

Produktionsort

Produktionszeit

Produktionstage gesamt

Fertigstellung Sendefassung

Herstellungsleitung

Redaktion

Regie

Autor

Produzent

beteiligte Anstalten

Rechtslage/Finanzierung

Zusammenstellung der kalkulierten Kosten:			
1. Rechte			0,00 €
2. Honorare (Redaktion, Mitwirkende)			0,00 €
3. Honorare (Produktionspersonal)			0,00 €
4. Ausstattungsleistungen			0,00 €
5. Produktionstechnik			0,00 €
6. Reise- und Transportkosten			0,00 €
7. Allgemeine Kosten			0,00 €
8. Internet / Programm-Marketing			0,00 €
9. Erträge			0,00 €
10. Fertigungskosten (Pos 1.bis 8. abz. Pos. 9.)			0,00 €
Handlungskosten (in %)	<input type="text"/>	0,00 €	0,00 €
Gewinn (in %)	<input type="text"/>	0,00 €	0,00 €
buy out			0,00 €
MwSt (in %)	<input type="text" value="7,0%"/>	0,00 €	0,00 €
12. Gesamtkosten			0,00 €
13. Gesamtkosten pro Sendeminute		- €	

kalkulierender Produktionsleiter

Produzent

©MDR 2004

Kopie von Kalkulation Auftragsproduktion MDR1, Deckblatt - Druck: 26.04.2017 - 1

Anhang 8 – Quote der letzten Folge Staffel 2

BAVARIA FILM MARKTE&TRENDS Schemaplatzgr Dritte Programme 19:00 bis 24:00Uhr Freitag, 30.09.2016									
19:00	BR FS im VG	HR FS im VG	MDR FS im VG	NDR FS im VG	RBB FS im VG	SW FS im VG	WDR FS im VG	19:00	
19:00 0,32 (12,1%) 0,02 (2,5%)	UNTER LAND	18:45 0,09 (7,2%) 0,00 (0,0%)	18:50 0,59 (7,2%) 0,04 (5,8%)	18:45 0,49 (12,4%) 0,03 (2,8%)	18:30 0,21 (14,1%) 0,02 (5,6%)	18:44 0,42 (13,2%) 0,02 (1,8%)	18:44 0,39 (23,1%) 0,07 (5,8%)		
19:30 0,42 (12,5%) 0,05 (4,8%)	Man's Gun	19:29 0,37 (24,1%) 0,05 (11,8%)	19:29 0,21 (22,9%) 0,06 (7,1%)	19:30 1,12 (25,3%) 0,13 (16,1%)	19:27 0,50 (26,6%) 0,08 (11,1%)	19:29 0,50 (23,3%) 0,04 (2,6%)	19:30 1,38 (27,7%) 0,13 (8,3%)		
19:50 0,47 (12,2%) 0,03 (2,6%)	Tageschau		19:50 0,77 (22,1%) 0,07 (7,4%)						
20:15 0,49 (10,5%) 0,08 (5,9%)	Mutart und Stiller	20:14 0,21 (5,6%) 0,03 (4,3%)	20:15 0,42 (11,5%) 0,06 (6,6%)	20:15 1,12 (25,3%) 0,09 (5,4%)	20:14 0,14 (6,4%) 0,01 (1,3%)	20:14 0,56 (11,5%) 0,04 (2,5%)	20:14 0,37 (8,0%) 0,06 (2,4%)		
21:00		20:59 0,07 (2,1%) 0,00 (0,3%)	20:59 0,15 (6,9%) 0,01 (2,3%)	20:59 0,15 (6,9%) 0,01 (2,3%)			20:59 0,20 (3,3%) 0,03 (1,3%)		
22:00	21:46 0,39 (3,7%) 0,03 (2,5%)	21:44 0,09 (4,1%) 0,03 (2,3%)		21:39 0,59 (13,1%) 0,07 (5,1%)	22:00 0,06 (4,2%) 0,00 (0,4%)	22:21 0,73 (15,6%) 0,05 (3,1%)	21:42 0,34 (5,6%) 0,06 (3,0%)		
	PIETER, PECH UND PANNEK FOLGE 22:02 0,26 (7,1%) 0,02 (1,6%)	22:00 0,07 (4,7%) 0,02 (2,8%)	22:00 0,35 (14,0%) 0,01 (1,1%)			22:36 0,55 (15,9%) 0,05 (3,6%)	21:59 0,42 (8,0%) 0,11 (5,8%)		
23:00	22:47 0,10 (3,4%) 0,02 (2,8%)								
24:00	23:32 0,11 (5,9%) 0,03 (4,2%)						23:29 0,22 (7,2%) 0,05 (2,6%)		

Quelle: AGF/GfK Fernsehorschung, TV Scope, Fernsehpanel D+EU, Datenlegende: Uhrzeit; Z3+ Mio. (MA in %); Z14-49 Mio. (MA in %)
 Bavaria Märkte & Trends, vorläufige Daten

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname